

TAMPEREEN YLIOPISTO

Minni Soverila

RAHAVALLAN VAHTIKOIRAT OMAA
HÄNTÄÄNSÄ JAHTAAMASSA

Taloussuutisten retoriikkaa Helsingin Sanomissa: miten
Sanoma-konsernin yt-neuvotteluista ja irtisanomisista
kirjoitetaan

Journalistiikan pro gradu -tutkielma

Huhtikuu 2017

SOVERILA, MINNI: Rahavallan vahtikoirat omaa häntäänsä jahtaamassa. Talousuutisten retoriikkaa Helsingin Sanomissa: miten Sanoma-konsernin yt-neuvotteluista ja irtisanomisista kirjoitetaan

Pro gradu -tutkielma, 98 s., 6 liites.

Journalistiikka

Huhtikuu 2017

Tutkielman keskeisenä kysymyksenä on, millaisia argumentteja Helsingin Sanomat esittää uutisoinnissaan, jonka kohteena ovat oman mediatalon yhteistoimintaneuvottelut tai irtisanomiset. Aineistona ovat Helsingin Sanomien Sanoma Oy:tä käsittelevät yt- ja irtisanomiskirjoitukset vuosilta 2012–2014. Tutkielman laajempi aihepiiri on ristiriita oman työnantajan yrityskuvan ja journalismin arvojen, kuten puolueettomuuden välillä. Kaupallisilla mediatalot ovat yhtä aikaa journalismin alustoja sekä voittoa tavoittelevia yrityksiä. Talouden taantuma ja median murros kärjistävät näiden kahden puolen välistä eroa.

Aineisto koostuu Helsingin Sanomissa julkaistuista Sanoman irtisanomisista ja yt-neuvotteluja käsittelevistä talousuutisista ja -kirjoituksista. Aineistossa on 32 kirjoitusta ajalta 1.1.2012–31.12.2014. Lähestyn aineistoa talous- ja kriisijournalismin tutkimuksen kautta. Tärkeässä osassa ovat myös journalismin etiikkaan ja ammattikäytäntöihin liittyvä tutkimus. Näiden näkökulmien lisäksi aihe sivuaa myös yrityskuvan ja -viestinnän aspekteja. Tässä tutkimuksessa ei kuitenkaan sukelleta yritysviestinnän kentälle, vaan tarkastellaan aihetta talousuutisten konventioiden, retoriikan, journalismin ammattikäytäntöjen ja ammattietiikan kautta.

Empiirisessä tutkimusosiossa tarkastellaan, millaisia argumentteja Helsingin Sanomien yhteistoiminta- ja irtisanomisuutisissa käytetään, kun uutisoinnin kohteena on lehden oman emokonsernin tilanne. Erittelen yhteistoimintaneuvotteluja ja irtisanomisia käsitteleviä talousuutisia perelmanlaiseen uuteen retoriikkaan pohjaavan argumentaatioanalyysin kautta. Metodien avulla tarkastelen, millaisilla väitteillä ja perusteluilla Helsingin Sanomien sivuilla luodaan kuvaa Sanoma-konsernin kriisistä.

Analyysin perusteella voi sanoa, että Helsingin Sanomien Sanoma-konsernin yt-neuvotteluja ja irtisanomisia koskevaa uutisointia värittää vahva usko markkinatalouden voimaan. Kirjoitusten lopullisena argumenttina on yleensä vetoaminen talouden logiikkaan, erityisesti säästämisen eetokseen. Havaintojeni mukaan jutut esittävät tapahtumat uskollisesti siinä valossa, että yritys tekee parhaansa taloudellisten realiteettien puristuksessa. Talouden kaikkivoipaisuudelle vaihtoehtoisia maailmankuvia tai selityksiä ei teksteissä esitetä. Sanoma-konsernin yt-neuvotteluja käsittelevässä uutisoinnissa korostuvat selvästi yritysmuutokset argumentit, kuten ”Sanoma on hyvä irtisanoja” ja ”Irtisanomiset eivät heikennä laatua”. Verrattuna aikaisempaan tutkimukseen tämän tutkimuksen aineistona olevassa uutisoinnissa työntekijöiden rooli jäi vähäiseksi.

Asiasanat: journalismi, retoriikka, argumentaatioanalyysi, irtisanomisuutisointi, talousjournalismi

Sisällysluettelo

| | |
|---|-----------|
| 1 JOHDANTO | 1 |
| 1.1 Tutkimuksen teoriatausta | 3 |
| 1.2 Työn eteneminen | 5 |
| 2 MEDIATALOUDEN JA TALOUSJOURNALISMIN AVOLIITTO | 7 |
| 2.1 Mediatatolot yrityksinä – journalismin kaksijakoinen rooli | 7 |
| 2.1.1 Mediakentän ketjuuntuminen | 9 |
| 2.1.2 Journalismi ja liiketaloudellinen voitontavoittelu | 10 |
| 2.1.3 Kriisistä uutisoiminen yrityksen kriisiviestintänä | 11 |
| 2.2 Journalistiprofessio | 13 |
| 2.3 Ammattieettisyyden kehittyminen | 14 |
| 2.3 Journalismin etiikka ja käytännön työn itsesäättely | 17 |
| 3 TALOUS UUTISTEKSTISSÄ | 20 |
| 3.1 Kovan talousuutisen kerronnan tavat | 20 |
| 3.2. Talousjournalismi journalismin lajina | 22 |
| 3.2.1 Talousuutisen tyyli ja kieli | 24 |
| 3.2.2 Taloustekstin toimijat | 27 |
| 3.2.3 Talousuutisen sidosryhmät ja erityisyleisö | 29 |
| 3.2.4 Talousjournalismin etiikka | 32 |
| 3.3 Irtisanomisuutisoinnin tutkimus | 34 |
| 4 YT- JA IRTISANOMISUUTISOINTIA TUTKIMASSA | 39 |
| 4.1 Aineistona Helsingin Sanomien irtisanomiskirjoitukset | 39 |
| 4.2 Metodina argumentaatioanalyysi | 42 |
| 4.2.1 Uusi retoriikka argumentaatioanalyysin lähtökohtana | 44 |
| 4.2.2 Argumentaatioanalyysi journalismin tutkimuksen välineenä | 44 |
| 4.2.3 Argumentaatioanalyysin käyttö kriisitilanteen uutisoinnissa | 46 |
| 4.2.4 Uutisen ja yleisön yhteismaa uudessa retoriikassa | 47 |
| 4.3 Argumentaatioanalyysi tässä tutkimuksessa | 49 |
| 5 IRTISANOMISUUTISOINNISTA LÖYTÄYNEET RETORISET KEINOT | 53 |
| 5.1 Yt- ja irtisanomisuutisoinnin rakenne Helsingin Sanomissa | 53 |
| 5.2 Retoriset keinot irtisanomisuutisoinnissa | 57 |
| 5.2.1 Yt-prosessin ja irtisanomisten nimeäminen | 58 |
| 5.2.2 Moniäänisyys | 62 |
| 5.2.3 Painotukset ja toisto | 66 |

| | |
|--|----|
| 5.2.4 Etäännyttäminen retorisenä keinona | 69 |
|--|----|

| | |
|---|-----------|
| 6 IRTISANOMISUUTISTEN PÄÄARGUMENTIT, OHEISARGUMENTIT JA ARGUMENTTIKATEGORIAT | 72 |
|---|-----------|

| | |
|---|----|
| 6.1 Pääargumenttien tiivistäminen argumenttikategorioiksi | 72 |
| 6.1.1 Syynä talouden logiikka | 74 |
| 6.1.2 Syynä toimintaympäristön muutos tai median murros | 75 |
| 6.1.3 Syynä muut ulkopuoliset tekijät | 75 |
| 6.1.4 Syynä strateginen uudelleenjärjestely | 76 |
| 6.1.5 Yritysmuutokset argumentit | 76 |
| 6.1.6 Kaiken takana säästösyöt | 77 |
| 6.1.7 Kritiikkiä tai vasta-argumentteja | 78 |
| 6.1.8 Esimerkkianalyysi | 79 |
| 6.2 Argumenttikategorioista teemaryhmiksi | 81 |
| 6.3 Mitä argumentointi kertoo? | 83 |

| | |
|----------------------------------|-----------|
| 7 YHTEENVETO JA PÄÄTELMÄT | 87 |
|----------------------------------|-----------|

| | |
|---|----|
| 7.1 Irtisanomiskirjoituksista ja journalismin etiikasta | 87 |
| 7.2 Työn arviointia ja jatkotutkimuksen suuntia | 90 |

| | |
|----------------|-----------|
| LÄHTEET | 92 |
|----------------|-----------|

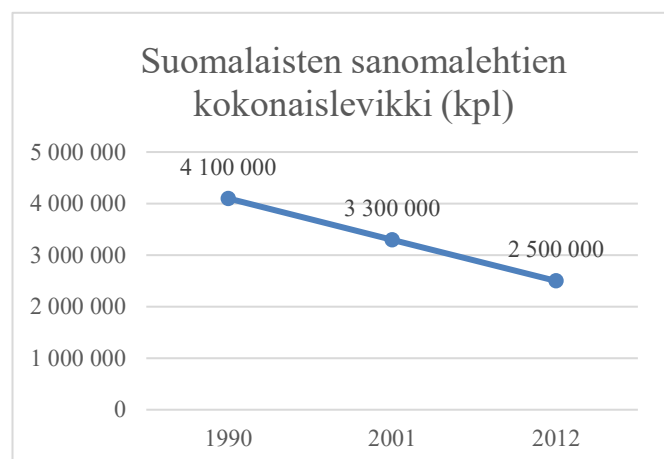
LIITTEET

1 JOHDANTO

Säästöjä etsitään konsernin kaikissa yksiköissä (HS1.11.2012).

Yllä olevalla sitaatilla alkaa Helsingin Sanomien sähköisestä uutisarkistosta poimittu talousuutinen Sanoma-konsernin 60 miljoonan euron säästöohjelman aloittamisesta. Sanoman säästöt koskevat koko konsernia ja satoja ihmisiä. Helsingin Sanomien toimittajan kirjoittama uutinen koskee siis myös Helsingin Sanomien henkilöstöä.

Tämä tutkimus sijoittuu 2010-luvun alun talouden taantuman ja median murrosten aikaan. Perinteinen mediateollisuus on kriisissä. 1990-luvun lopun ja 2000-luvun alun kultaiset vuodet ovat ohi. 1990-luvun alusta vuoteen 2012 mennessä suomalaisten sanomalehtien kokonaislevikki laski noin 40 prosenttia (Suomen tilastokeskus, Joukkoviestimet 2013, 21; Taulukko 1). Samaan aikaan lehtien mainostulojen osuus kokonaistuotosta on laskenut selvästi. Mainostulojen osuus sanomalehtien tuotoista oli 1990-luvulla noin 70 prosenttia. Vuosina 2008–2009 alkaneen talouskriisin myötä mainostulojen osuus painui noin 50 prosenttiin sanomalehtien tuotoista. (Suomen tilastokeskus, Joukkoviestimet 2013, 21–23.)



Taulukko 1.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan vuosia 2012–2014, jolloin kotimaisten mediamarkkinoiden kriisi heijastui rajusti mediasisältöjen tekijöihin. Journalistiliiton tilastojen mukaan vuonna 2014 irtisanottiin ainakin 179 journalistia. Tähän lukuun ei lasketa niitä toimittajia, jotka ovat ottaneet vastaan työnantajan tarjoaman eropaketin, siirtyneet aikaiselle eläkkeelle eläkepakettien myötä, eikä niitä toimittajia, joiden määräaikaista työsuhdetta ei jatkettu. Vuoden 2014 toiseksi suurin irtisanoja oli Yleisradio. Eniten väkeä irtisanoi tämän tutkimuksen kohteena oleva Sanoma Media, jossa käytiin vuoden aikana kahdet yhteistoimintaneuvottelut. Nämä yhteistoimintaneuvottelut johtivat 54 journalistin potkuihin. Vuonna 2013 irtisanottiin 172 ja vuonna 2012 peräti 205 journalistia.

(Journalistiliitto, verkkouutinen, 2015.) Yhteensä tutkimukseni tarkasteluajanjaksolla vuosina 2012–2014 irtisanottiin 556 toimittajaa.

Tämä tutkimus asemoituu tilanteeseen, jossa suuri kansallinen media-alan työnantaja eli Sanoma-konserni on joutunut mediakentällä vellovien kriisien ristipaineeseen. Tutkimuksessani käsittelen tilannetta, jossa konsernin ykköslehti Helsingin Sanomat joutuu käsittelemään sivuillaan sekä omia että työnantajakonserninsa irtisanomisia ja yhteistoimintaneuvotteluita (huom. käytän jatkossa lyhennettä yt-neuvottelut). Kun toimittajien ammattikunnan eettistä säännöstöä eli Journalistin ohjeita tulkitsee oman tutkimusaiheeni kontekstissa, voi sanoa, että irtisanomisten kaltaisessa tilanteessa toimittaja on vastuussa usealle taholle (Journalistiliitto, Journalistin ohjeet, verkkolähde).

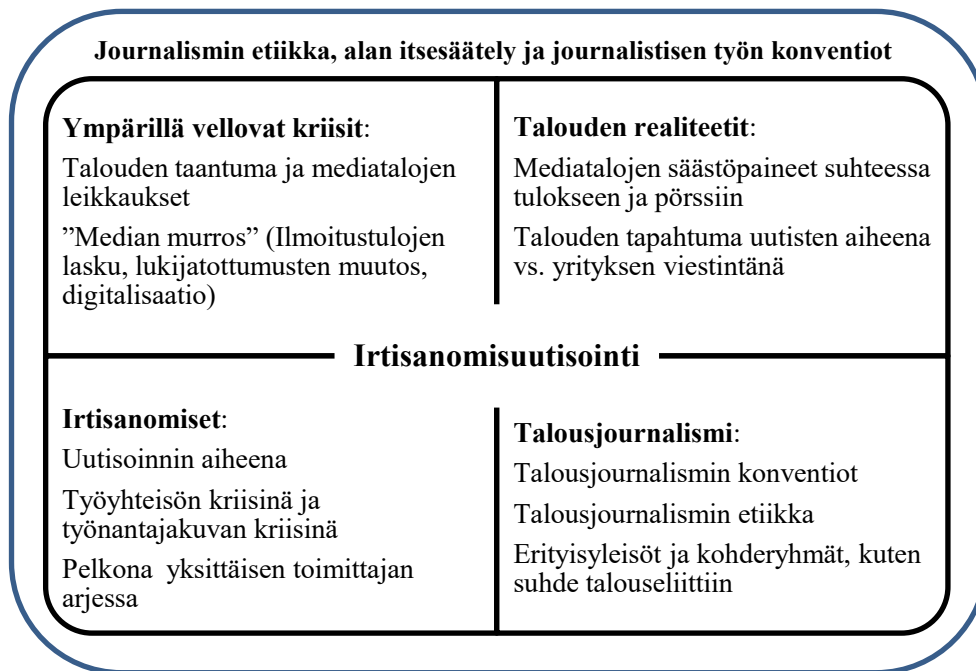
Koko alan laajat irtisanomiset, yrityskulttuurin merkityksen kasvaminen mediayritysten sisällä, tulospaine sekä eri medioiden keskittyminen yhä harvemmalle omistajalle lisäävät jännitteitä journalistisen ammattikunnan sisällä. Paineet nopeudesta ja tuloksellisuudesta koskevat sekä mediakonsernia yrityksenä että journalisteja mediayrityksen työntekijöinä. Median kaupallistuminen ja keskittyminen aiheuttavat ongelmia taloudellisen voiton maksimoinnin, vallankäytön, vaikutuksen ja laadun heikkenemisen kannalta. (Nikkanen 2002, 82.)

Irtisanomisuutiset ovat osa talousuutisointia, joka saattaa helposti jäädä tavalliselle sanomalehden lukijalle etäiseksi. Talousjournalismi ylimalkaan tuntuu ihmisistä vaikeasti lähestyttävältä, vaikka talouselämä ja talouspolitiikka vaikuttavat olennaisesti jokaisen lukijan elämään. (Koistinen 2003, 40.) Tässä tutkimuksessa haluan purkaa etäisyyden vaikutelmaa ja tarkastella, mitä näennäisesti neutraaliin talousuutistekstiin kätkeytyy. Pureudun työssäni yt- ja irtisanomisuutisissa käytettyihin retorisiin keinoihin sekä niihin argumentteihin, joilla irtisanomisia uutisissa perustellaan. Vaikka tarkastelen kielen tason retorisia keinoja, tutkimukseni pyrkii myös kriittisesti ja analyttisesti tarkastelemaan kielellisten valintojen heijastamia taustalla vaikuttavia ideologioita.

Kiinnostukseni aiheeseen nousee jo kandidaatin tutkielmassa havaitsemastani epätasapainosta irtisanomisia käsittelevissä uutisissa. Tutkin kandidaatin työssäni Aamulehden irtisanomisia käsittelevissä uutisissa esiintyviä faktuaalistamisstrategioita eli tapoja, joilla asioita perustellaan ja esitetään tosina. Faktuaalistamisstrategioita tutkiessani havaitsin, että mediayrityksen omista irtisanomisista on vaikea tehdä uutisia, jotka ovat linjassa muiden yritysten yt- ja irtisanomisuutisten kanssa. Uutiset painottivat selvästi yrityksen näkökulmaa todellisuudesta. (Soverila, 2013.) Nämä havainnot saivat minut jatkamaan aiheen parissa Pro gradu -työssäni.

1.1 Tutkimuksen teoriatausta

Tutkimukseni nojaa median kaupallistumiskehitystä, journalismin ammatillistumista ja journalismin ammattietiikkaa valottaviin tutkimuksiin. Lisäksi hyödynnän talousuutisista tehtyä tutkimusta ja avaan lyhyesti, millaista tutkimusta kriisiuutisoinnista on tehty. Näitä näkökulmia kehystävää tutkimusta on tehty runsaasti ja ne luovat pohjan, jonka varaan rakennan tutkimukseni. Avaan tutkimusaiheeseen liittyviä teemoja kuviossa 1.



Kuvio 1. Tutkimukseen liittyviä näkökulmia

Tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen pohjana ovat tutkimukset mediataloudesta ja median kaupallistumisesta. Koostaessani kokonaiskuvaa journalismin ja kaupallisuuden avoliitosta nojaan *Joukkoviestimet 2013* -tutkimukseen. Nostan esiin Seppäsen ja Väliwerrosen (2012) näkemyksiä kaupallisen median vaikutuksista, ja avaan mediayritysten roolia Niemisen ja Pantin (2004) ja Hurmerannan (2012) tutkimusten avulla. Pohdin myös kaupallisuuden vaikutuksia journalismiin ja journalismin etiikkaan (Hurmeranta 2012; Laatikainen 2002; Kunelius 2003). Mediatalouden tutkimuksen lisäksi liitän aiheeni journalistiprofession kehittymiseen (Hurmeranta 2012; Pietilä, K 2012; Mäntylä 2008), journalismin etiikkaan ja käytännöntyön itsesääntelyyn (Nieminen & Pantti 2004; Kunelius 2003; Mäntylä 2008).

Tutkimuksen edetessä kiinnitän fokukseni talousjournalismiin journalismin erityisalueena. Tästä syystä aikaisempi talousjournalismin tutkimus on keskeisessä roolissa kun rakennan tämän tutkimuksen lähtökohtia. Tässä tarkastelussa minua auttavat eteenpäin talousjournalismin

konventioista (Mikkonen 1998; Kalliokoski 1999), kielenkäytöstä (Karvonen 1999; Koistinen 2003), toimijoista ja erityisyleisöistä tehdyt tutkimukset. Lisäksi avaan hieman tutkimukseni kannalta tärkeitä näkökulmia talousuutisen etiikkaan rooliin ja tehtäviin liittyen (Mikkonen 1998; Hujanen 1990). Talousuutisten etiikkaa avaan hieman tarkemmin tuomalla esiin Johnsonin (1990) ajatuksia. Syvennän etiikan teemaa pohtimalla Hujasen (1990) jalanjäljissä talousjournalismin erityisyleisöä ja sen sidosryhmiä. Taloustoimittajan suhdetta näihin erityisyleisöihin ovat pohtineet muun muassa Kjær & Slaatta (2007).

Kolmannen luvun viimeisessä alaluvussa avaan suomalaista irtisanomisuutisoinnin tutkimusta. Aihetta on tutkittu enemmän muiden tieteenalojen parissa kuin tiedotusopillisesta tai journalistisesta näkökulmasta. Irtisanomisia on tutkittu niin työntekijän näkökulmasta (Poijula & Ahonen 2007; Koistinen, Salin & Tikka 1987) kuin työnantajan näkökulmasta (Kurtén & Waaralinna 2015). Irtisanomisten vaikutuksia on avattu vastikään muun muassa Eläketurvakeskuksen julkaisemassa tutkimuksessa (Kurvinen, Jolkkonen, Koistinen, Lipiäinen, Nummi & Virtanen 2016).

Puhtaan taloudellisesta näkökulmasta aihetta on tarkastellut pro gradu -työssään esimerkiksi Veikko Koski (2005), jonka tutkielman aiheena oli irtisanomisilmoituksen vaikutus irtisanovan yrityksen osakekurssiin. Tiedotusopin ja kotimaisen journalismintutkimuksen piirissä irtisanomisten ja irtisanomisuutisoinnin tutkimus on vähäistä. Tässä tutkimuksessa hyödynnän Tiina Uotilan pro gradu -tutkielmaa (2010) sekä nojaan vahvasti Niko Antinin, Heidi Pesosen ja Vilho Rajalan pienoistutkimukseen ”Maakuntalehdet ja globalisaation tsunami” (2012).

Argumentaatioanalyysini pohjaa retoriseen analyysiin, ja erityisesti filosofi ja oikeustieteilijä Chaïm Perelmanin ajatuksiin uudesta retoriikasta (Perelman 1977/2007). Hilikka Summan (1989) tulkinnat auttavat viemään Perelmanin teorian käytännön tutkimuksen tasolle. Myös Mikko Koistisen (2003) tekemä tutkimus talousuutisten argumentaatiosta on tärkeässä roolissa oman tutkimusmetodini rakentamisessa.

Koistisen tutkimus antaa myös eväitä argumentaatioanalyysin soveltamisessa journalismin tutkimisen välineenä. Koistinen kirjoittaa, että journalismin tutkimuksen kannalta retorisen analyysin ansioksi on katsottava sen kyky valaista tekstiä yhteiskunnallisesti relevantilla tavalla. (Koistinen 2003, 49.) Työni pohjaa myös Koistisen ajatukselle, että retorisen analyysin avulla on mahdollista tuottaa itseymmärrystä siitä, minkälaisen maailman käyttämämme retoriikan myötä hyväksymme. Myös Anna Humalamäen tiedotusopin pro gradu -työ (2016) auttaa siirtämään retoriikan ja argumentaation teoriaa käytännön tutkimukseksi.

1.2 Työn eteneminen

Työni etenee siten, että luvussa kaksi käsittelen talouden, mediatalouden ja talousjournalismin välistä suhdetta. Mediatalouden ja talousjournalismin avoliitto -luvussa tarkastelen aihetta tämänhetkisen mediateollisuuden kriisitilanteen, median murroksen valossa. Esiin nousee journalismin asema yhteiskunnallisen koneiston osana ja toisaalta yksityisenä liiketoimintana. Mediatalouden ja talousjournalismin avoliitto -luvussa tarkastelen muun muassa mediayhtiöiden omistuksen keskittymisestä ja journalististen yritysten liiketaloudellista voitontavoittelua. Sivuan myös lyhyesti yrityksen viestimistä kriisitilanteessa, kuten laajojen irtisanomisten yhteydessä. Näiden aiheiden rinnalle nostan sananvapauden periaatteen sekä journalistiprofession ja ammattieettisyyden kehittymisen. Ammatillisuuden ja sitä koskevan etiikan kehittymisen tarkastelun kautta etenen kohti alan itsesääätelyä ja konventioita, joita sitten peilaan tutkimuksessani toteutuneeseen journalismiin, eli irtisanomisuutisointiin.

Kolmannessa luvussa ”Talous uutistekstissä” käsittelen irtisanomisuutisointia osana talousjournalismin kenttää, jolla käsitellään taloudellisia tapahtumia ja ilmiöitä. Tässä luvussa tarkennan tutkimukseni kohdennuksen talousuutisille tyypillisiin kerronnan tapoihin ja pureudun lähemmin talousuutisen tyyliin ja toimijoihin. Lisäksi pohdin talousjournalismin suhdetta sen sisäisiin ja ulkoisiin sidosryhmiin ja journalismin etiikkaan. Luvun viimeisessä alaluvussa tarkastelen aikaisempaa irtisanomisuutisoinnista tehtyä tutkimusta. Aikaisemman tutkimuksen avulla peilaan tutkimuskysymyksiäni sekä tutkimukseni perusasetelmia aikeisemmin tehtyihin havaintoihin.

Neljännessä luvussa ”Yt- ja irtisanomisuutisointia tutkimassa” käsittelen valitsemaani tutkimusaineistoa, joka koostuu Helsingin Sanomissa julkaistuista Sanoma-konsernia koskevista yhteistoimintaneuvottelu- ja irtisanomisuutisista. Luvussa käsittelen myös niitä menetelmiä, joiden avulla olen aineistoa purkanut ja eritellyt, kuten tekstin lähilukua ja argumentaatioanalyysia. Argumentaatioanalyysin pohjana käytän Chaïm Perelmanin uuden retoriikan teoriaa. Esittelen myös tutkimuksen empiirisessä osiossa hyödyntämäni Mikko Koistisen Perelmanin pohjalta rakentamaa argumentaatioanalyysia journalistissa teksteissä. Tässä luvussa esittelen tutkimuskysymykseni.

Viides luku keskittyy empiirisestä aineistosta saamiini tuloksiin siitä, millaisia kielen tason retorisia keinoja aineistoni kirjoituksista löytyy. Kuvailen luvun alussa Helsingin Sanomien irtisanomisuutisointia määrällisellä otteella. Luvun loppuosassa kiinnitän huomioni retorisesti käytettyihin kielen piirteisiin, kuten yt-prosessin ja irtisanomisten nimeäminen, moniäänisyys, painotukset ja toisto sekä etäännyttäminen retorisena keinona.

Kuudennessa luvussa esittelen argumenteista saamiani tuloksia. Nostan esiin aineistostani nousevat pääargumentit ja oheisargumentit sekä tarkastelen niiden esiintymistä teksteissä. Olen jakanut teksteistä löytyneet argumentit teemaryhmiin. Teemaryhmien erittelyn jälkeen tulkitsen luvun loppupuolella sitä, mitä argumenttiryhmät kertovat niiden takana piilevästä maailmankuvasta. Pohdin tämän luvun lopuksi myös sitä, miten aineistoni teksteissä esiintyvät argumentit suhteutuvat journalistiseen ammattikuvaan ja journalismin etiikkaan.

Seitsemännessä luvussa vedän yhteen tutkimustuloksia ja niistä tekemiäni tulkintoja. Arvioin myös työni antia ja toteutustapaa sekä esittelen muutaman mahdollisen suunnan jatkotutkimukselle.

2 MEDIATALOUDEN JA TALOUSJOURNALISMIN AVOLIITTO

Mediakenttä on ollut 1990-luvulta lähtien monien muutosten puristuksessa, ja rakenteellisten muutosten vauhti kiihtyi entisestään vuonna 2008 alkaneen talouden taantuman vaikutuksesta. Tämänhetkistä mediateollisuuden kriisitilannetta, jota luonnehtivat talouden taantuma, lukutottumusten muutos ja kiihtyvä digitalisoituminen kuvataan usein sanaparilla median murros tai lyhemmin mediamurros. Siitä, mitä tämä murros lopulta tarkoittaa, ei kuitenkaan ole tarkkaa yhteisymmärrystä.

Tutkija Markku Hurmeranta kirjoittaa väitöskirjassaan *Talousmedia murroksessa*, että vaikka meneillään oleva talouden kriisi vauhdittaa myös median murrosta, median murros ja yleinen talouden taantuma eivät kuitenkaan ole sama asia. Kun kriisejä on käynnissä samaan aikaan usealla rintamalla, koko mediamurros-käsite menettää Hurmerannan mukaan erottelukykyyään. Hän huomauttaa, että yleisessä keskustelussa mediamurrosta on käsitelty varsin jäsentymättömästi. On puhuttu journalismin kriisistä, vaikka on tarkoitettu lähinnä teollistuneissa länsimaissa ilmestyvien sanomalehtien talouskriisiä. (Hurmeranta 2012, 11.) Hurmerannan mukaan olisi tärkeää erotella toisistaan yhtäältä toimialan sisäinen murros ja toisaalta talouskriisin vaikutukset mediatalouteen. Journalismin kriisin seurauksista ei kuitenkaan ole Hurmerannan mukaan vielä kovinkaan paljon tutkimustietoa. (Emt., 20.) Median murroksen yhteydessä on puhuttu esimerkiksi mediakriisistä, journalismin kriisistä ja jopa toimittajan ammattikuvan kriisistä (emt., 11). Median murros - sanapariin vedotaan kuitenkin jatkuvasti myös Helsingin Sanomien irtisanomisuutisten yhteydessä.

2.1 Mediatalot yrityksinä – journalismin kaksijakoinen rooli

Journalismi on yhteiskunnan koneiston oleellinen osa, mutta se on aina myös yksityistä liiketoimintaa (Seppänen & Väliaverron 2012, 79). Tässä luvussa tarkastelen journalismin asemaa yksityisenä liiketoimintana. Suomen tilastokeskuksen tuottaman *Joukkoviestimet 2013* -tutkimuksen mukaan kansallisten joukkoviestintämarkkinoiden koko oli vuonna 2012 noin 4,3 miljardia euroa. Vuotta aikaisemmin vuonna 2011 toiminnassa oli noin 2 850 joukkoviestintäyritystä. Joukkoviestinnän yritykset ja lähialojen (kuten painaminen ja mainonta) yritykset työllistivät yhteensä noin 44 000 henkeä. Maan väkilukuun suhteutetussa päivälehtien levikkiä tilastossa Suomi sijoittuu perinteisesti aivan kärkipäähän, vaikka sanomalehtien yhteislevikki on 1990-luvun alusta lähtien ollut monien muiden maiden tapaan laskussa. (Suomen tilastokeskus, Joukkoviestimet 2013, 9.)

Journalismi ja joukkoviestintä ovat historiansa kuluessa kytkeytyneet yhä monimutkaisemmin markkinoihin. Taloudelliset sidokset eivät voi olla vaikuttamatta journalismin tuotantorakenteisiin,

levityskanaviin sekä sisältöihin. (Kunelius 2003, 79.) Mediasisältöjen niin sanotun markkinoitumisen myötä mediateollisuuden liiketaloudellinen merkitys on kasvanut entisestään. Kun mediaa tarkastellaan puhtaasti taloudelliselta kannalta, se hahmottuu yhdeksi yritystoiminnan osa-alueeksi, jonka päätavoitteena on tuottaa voittoa omistajilleen.

Viestintätutkijat Hannu Nieminen ja Mervi Pantti (2004) huomauttavat, että yritys näkökulmasta median kulttuuris-moraalinen funktio on olennainen vain silloin, kun sen huomioon ottaminen on taloudellisesti kannattavaa (emt., 23). Samaan aikaan journalismin maine yhteiskunnallisten aiheiden itsenäisenä ja tasapuolisena käsittelijänä on myös liiketaloudellisesti olennaisen tärkeä, sillä se takaa mediayrityksen uskottavuuden yleisön silmissä. Voi myös ajatella, että uskottava media kerää ympärilleen lukijoita, mainostajia ja lopulta tuloja.

Mediateollisuus ei ole välttynyt kansainvälisen talouskriisin vaikutuksilta. Janne Seppänen ja Esa Väliaverron toteavat, että muiden yritysten ja valtioidenkin tavoin mediayritykset ovat tulleet entistä riippuvaisemmiksi maailmanlaajuisten finanssimarkkinoiden toiminnasta. Talouskriisin vaikutukset näkyvät siinä, miten mediayritysten tavoitteet ovat entistä kovempia, ja niitä trimmataan yhä parempaan ”tulokuntoon”. (Seppänen & Väliaverron 2012, 79—80.)

Medialiiketoiminta on perinteisesti nojannut kahden kierron markkinoihin, jossa tuloja saadaan sekä lukijoilta tilausmaksuina että mainostuloina yrityksiltä (esim. Napoli 2009, 164). Joukkoviestinnän taloudellisen mekanismin rakenteelliset seuraukset näkyvät mediatutkija Risto Kuneliuksen mukaan sekä koko joukkoviestintäjärjestelmän tasolla että viestintäyritysten taustakytkennöissä. Markkinatalouden tiukentuva kietoutuminen journalismiin herättää kysymyksiä muun muassa omistuksen keskittymisestä ja liiketaloudellisen ajattelun vahvistumisesta. (Kunelius 2003, 90.)

Hurmeranta (2012, 81) kirjoittaa, että parhaimpina vuosina business to business -ilmoittelu on ollut erityisesti talouslehdille oikea rahasampo. Suomessa mediayritysten taloustilanne alkoi muuttua 1900-luvun lopulla ja 2000-luvun alkuvuosina, jolloin ilmoittelu alkoi siirtyä verkkoon ja suuryritysten imagomainonta väheni kansainvälistymisen seurauksena. Talouslehtien ilmoitusmyyntiä nakersivat myös lukuisat finanssialan fuusiot, jolloin toimijoiden määrä väheni. Business to business -ajattelun sijaan mainostajat siirtyvät tulevaisuudessa yhä rajatumpaan kohderyhmämarkkinointiin. Tämä tarkoittaa Hurmerannan mukaan sitä, että esimerkiksi talouslehdet joutuvat jatkossa varautumaan siihen, että ilmoitusten osuus yritysten tuloista kutistuu jatkossa entisestään. (Emt., 81–82.)

2.1.1 Mediakentän ketjuuntuminen

Mediayhtiöiden omistuksen keskittymisestä ja mediatalojen ketjuuntumisesta on ollut puhetta pitkään. Suomen tilastokeskuksen *Joukkoviestimet 2013* -tutkimuksen mukaan sanomalehdistön ketjuuntuminen on vahvistunut, ja suurimpien sanomalehtiyritysten levikillä mitatut markkinaosuudet ovat kasvaneet yritysostojen ja fuusioiden seurauksena. Vuonna 2012 neljän suurimman mediayrityksen levikkiosuus oli 57 prosenttia ja kahdeksan suurimman osuus 75 prosenttia. (Tässä tilastossa ei ole huomioitu vuonna 2014 aloitettua Lännen Media -yhteistyötä.) Sanomalehdistön ketjuuntuminen sekä kansallisella että pohjoismaisella tasolla on trendi, joka tutkimuksen mukaan jatkuu edelleen. (Suomen tilastokeskus, *Joukkoviestimet 2013*, 9.) Esimerkki viime vuosien muutoksesta oli kuuden mediatalon yhteinen Lännen Media -yhtiö, johon keskitetään mukana olevien lehtien valtakunnallinen uutisointi sekä ulkomaan uutiset ja viikonvaihteaineiston tuotantoa. Tällä hetkellä monet muutkin lehdet ja mediatalot tekevät konsernien sisäistä ja konsernien välistä toimituksellista yhteistyötä.¹

Joukkoviestimet 2013 -tutkimuksen mukaan lehtien toimituksellinen yhteistyö merkitsee niiden valtakunnallisen uutisoinnin ja ulkomaan uutisten pitkälle menevää samankaltaistumista. Samalla ketjuuntumisen ja yhteistyön lisääntyminen mahdollistavat lehtien keskittymisen oman levikkialueen asioiden seurantaan. Yksittäisen ja resursseiltaan rajallisen lehden lukijoiden kannalta kehityksen saldo näyttää tutkimuksen mukaan positiiviselta, sillä oman lehden sisältö monipuolistuu. Näin ollen lehtien selvä homogenisoitumistendenssi ei ole keskivertolukijaa välttämättä häirinnyt, sillä alueellisten lehtien päällekkäislukijoita on vähän. (Suomen tilastokeskus, *Joukkoviestimet 2013*, 2.)

Joukkoviestimet 2013 -tutkimuksen mukaan Sanomalehtiyhtiöt ovat tiivistäneet toimituksellista ja markkinointiyhteistyötään sekä lehtiketjujen sisällä että toisistaan omistuksellisesti riippumattomien lehtien ja lehtiyritysten välillä (emt., 9–10). Karl Erik Gustafsson ja Pentti Kemppainen kuvailevat suomalaista Sanoma Oyj:tä viestinnän monialayhtiöksi ja mediajätiksi (Gustafsson & Kemppainen 2002, 130). Median ketjuuntuminen tekee suurista mediataloista, kuten Sanoma Oyj:stä ja uudesta Lännen Mediasta, yrityksiä, joille kerääntyy symbolisen vallan lisäksi merkittävästi markkinavoimaa. Median markkinoitumiskehityksen näkyvin ilmiö on suurten media-alan yritysten syntyminen yritysostojen ja fuusioiden kautta. (Nieminen & Pantti 2004, 23.) Omistuksen keskittymisestä on

¹ Muun muassa Heinimajja Hirvonen on kirjoittanut pro gradu -työssään *Pakosta mahdollisuus* (2011) mediakentän ketjuuntumisesta ja kasvaneesta uutisvaihdesta.

Esimerkiksi Lännen Median maakuntasanomalehdet tekevät osan uutisista ja jutuista kaikkien konserniin kuuluvien medioiden käyttöön (www.lannenmedia.fi). Lisäksi vuoden 2017 alussa perustettu Uutissuomalainen yhdistää kahdeksan suuren itäsuomalaisen median uutistuotannon voimat (www.suomenlehdisto.fi/ei-mikaan-idanmedia-kahdeksan-lehtea-perusti-uutistoimituksen/).

seurannut myös vallankäytön keskittyminen. Mediatatlot ovat siis rakenteidensa kautta itsekin osa yhteiskunnan eliittiä, jota median tulisi journalististen ihanteiden mukaan vahtia. Mediakentän keskittyminen aiheuttaa sen, että suurten mediakonsernien viestimet joutuvat väistämättä raportoimaan aika ajoin oman emokonserninsa tuotteista ja niitä koskevista asioista. (Kunelius 2003, 88.) Tämä herättää kysymyksen, onko mediakentän ketjuuntuminen ja kaupallinen keskittyminen johtamassa siihen, että vahtikoira vahtii itseään vahtiessaan yhteiskunnan eliittiä?

Journalismin kaupallistumisen ja keskittymisen vaikutusten tarkastelussa on keskitytty siihen, kuinka median omistussuhteet vaikuttavat sen sisältöihin, eli miten esimerkiksi Helsingin Sanomat uutisoi saman emokonsernin omistuksessa olevan televisiokanava Nelosen asioista ja ohjelmasisällöstä. Professori Erkki Laatikainen (2002) pohtii kirjoituksessaan *Omistajan vai journalismin voitto?* journalismin ketjuuntumisen ja riippumattomuuden välistä suhdetta. Esimerkkinä Laatikainen käyttää Helsingin Sanomien ja WSOY:n läheistä kytköstä. (Laatikainen 2002, 86.) Tutkimuksissa on käsitelty myös ketjuuntumisen suhdetta laatuun. Sen sijaan vähemmälle tarkastelulle on jäänyt kysymystä siitä, mitä tapahtuu, kun mediayritys kasvaa valtavaksi mediakonserniksi, joka väistämättä joutuu raportoimaan itsestään. Samalla, kuten jo todettua, mediakonsernin rooli muuttuu yhteiskunnan eliitin valvojasta itsessään osaksi yhteiskunnallista yrityseliittiä.

Tässä luvussa kuvattu kehitys on olennainen oman tutkimuksen kannalta, koska ketjuuntuneessa mediakentässä toimittaja joutuu yhä useammin tilanteeseen, jossa raportoinnin kohteena on oma emoyhtiö tai toinen saman mediakonsernin media. Näissä tilanteissa toimittaja joutuu tulkintani mukaan miettimään paljon tarkemmin omaa suhdettaan uutisen kohteeseen ja uutisen yleisöön. Seuraavassa alaluvussa käsitelen journalismin ja voittoa tavoittelevan mediatalouden välistä jännitettä.

2.1.2 Journalismi ja liiketaloudellinen voitontavoittelu

Liberalistiselta pohjalta kehittyneen sananvapausteorian mukaan yksityiseltä pohjalta organisoitu joukkoviestintä pitää huolen myös yleisön eduista. Demokratian takeena nähdään olevan vapaat markkinat ja sananvapaus, jolloin vapaat markkinat ikään kuin pusertavat totuuden esiin. (Nieminen & Pantti 2009, 27–28.) Näin yksityinen voittoa tavoitteleva toiminta ja joukkoviestinnän julkinen intressi sovittuvat yhteen. (emt., 13). Teoria ei kuitenkaan takaa sitä, että näin käytännössä tapahtuu ja teoria on muun muassa siksi saanut osakseen myös kritiikkiä (emt., 21).

Ongelmia nousee esimerkiksi mediayritysten ja yksittäisten toimittajien taustakytköksistä. Pelkkää juttua lukemalla ei aina tiedä, kenen äänellä siinä puhutaan (Nieminen & Pantti 2009, 21). Yksityinen

mediatuotannon omistus voi aiheuttaa myös sen, että yksityisesti organisoidun joukkoviestinnän julkiseen vastuuseen voi jäädä epätoivottuja katvealueita (Kunelius, 2003, 89). Kunelius kirjoittaa (2003), että toimittajien taustakytköksiä, kuten puoluesidonnaisuuksia onkin vaadittu silloin tällöin esiin, samalla tavalla kuin aikaisemmin on vaadittu julkaistaviksi poliitikkojen ja talouseliitin taustakytköksiä. Se, vaikuttaako toimittajan puoluetusta olennaisesti kirjoitetun uutisen näkökulmaan, on jo toinen keskustelu. Joukkoviestintäjärjestelmän kaupallistuminen ja keskittyminen ovat lisänneet myös liiketaloudellista ajattelua mediataloissa. Tämä kehitys on johtanut siihen, että viestinnän tuottamista koskevat ratkaisut tehdään yhä useammin puhtaasti liiketaloudellisen harkinnan pohjalta. (Emt., 89–90.)

Taloudellisia paineita saattaa lisätä myös yrityksen listautuminen pörssiin, jolloin yritys asettaa itsensä sijoittajien ja analyytikkojen arvioinnin kohteeksi. Oman tulkintani mukaan tästä erityisyleisöstä saattaa tulla konsernille entistä tärkeämpi, jolloin lukijoiden sijaan pyritään miellyttämään sijoittajia. Tämä puolestaan voi johtaa sisällön kannalta merkittäviin ratkaisuihin, sillä mediayritykselle sisällön tuotanto ja sisällön kehittäminen ovat aina menoeriä. Kunelius huomauttaa, että kun journalismin tavoitteet asetetaan ennen muuta liiketaloudellisen tehokkuuden kannalta, jäävät journalismin omat tavoitteet joskus jalkoihin (Kunelius 2003, 90). Talouden logiikan lisääntyminen toimituksissa liittyy kiinteästi tutkimusaiheeseeni eli irtisanomisuutisoinnissa käytettyihin argumentteihin, sillä viime kädessä sanomalehtien käymät yt-neuvottelut ja irtisanomiset perustuvat taloudellisiin säästötarpeisiin.

2.1.3 Kriisistä uutisoiminen yrityksen kriisiviestintänä

Yrityksen ulkoinen tiedottaminen on yritystä koskevien uutisten välittämistä. Yritysviestinnän tavoitteena ovat avoin tiedonkulku ja yritykselle myönteisen yrityskuvan ylläpitäminen ja parantaminen. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2002, 234.) Käsittelen tässä luvussa lyhyesti kriisiviestinnän näkökulmaa tämän tutkimuksen kehyksessä. En syvenny yritysviestintään sinänsä vaan haluan osoittaa yt- ja irtisanomisuutisen kaksinaisen roolin yhtäältä journalistisena uutisena ja toisaalta osana mediayrityksen kriisiviestintää. Tutkija Jaakko Lehtonen (1999) määrittelee kriisinhallinnan osana kriisiviestintää teoksessaan *Kriisiviestintä* siten, että kriisinhallinnalla tarkoitetaan organisaation suunniteltua toimintaa poikkeustilanteessa. Kriisihallinnalla pyritään minimoimaan vahingot ja toiminnalle aiheutuneet menetykset. Kriisinhallinta sisältää sekä organisaation johtamisstrategiat kriisitilanteessa että kriisitilanteeseen sisältyvän yhteystoiminnan eli kriisiviestinnän. (Emt., 128–129.) Yrityksen irtisanomiset voidaan laskea kriisiksi, jonka hoitaminen vaatii kriisiviestintää. Kriisiviestintä suuntautuu yritykseltä sen sidosryhmille, kuten medialle.

Medialla on iso rooli siinä, millainen kuva yrityksestä muodostuu ulospäin. Hurmerannan ja Antti-Pekka Pietilän mukaan media esimerkiksi maalaa kohteistaan ikoneita tai pilakuvia, joita suuri yleisö rakastaa tai ivaa. Medialle yritysten kriisit ovat mainio tilaisuus dramaattiseen, yleisöön vetoavaan kerrontaan – ja tätä kautta lisääntyä. (Hurmeranta & Pietilä 2008, 5.)

Yrityksmaailmassa kriisinhallinta on tärkeää, sillä kriisin puutteellinen hoito vie asiakkaiden ja markkinoiden luottamuksen ja voi vahingoittaa yrityskuvaa hyvinkin pitkällä aikajänteellä. Kriisitilanteessa saadun kielteisen mediajulkisuuden kääntäminen myönteiseksi vaatii osaamista ja ehdotonta totuuden kertomista. Median osuus viestinnän onnistumisessa on kriittinen. Median kautta voidaan vahvistaa tai kyseenalaistaa tapahtumasta syntynyttä julkisuuskuvaa. Hannele Huhtalan ja Salli Hakalan mukaan julkisuus on paitsi tiedonkulun kanava myös taisteluareena, jolla erilaiset intressit ja toimijat kohtaavat. Tutkijat toteavat, että parhaimmillaan media tekee aktiivisen kohtaamisen myös mahdolliseksi kriisin aikana, mikäli sen tulkinta vastaa kriisin osapuolten muodostamaa käsitystä. (Huhtala & Hakala 2007, 175.) Tämän tutkimuksen kontekstissa tulkiten, että yt-neuvottelut ja irtisanomiset ovat yritykselle kriisi, edustipa kyseessä oleva yritys sitten mediaa tai jotakin muuta toimialaa.

Yritysviestinnän näkökulma irtisanomisuutisointiin on tarpeen ottaa huomioon osana Helsingin Sanomien uutisoinnin tutkimusta sikälikin, että työni fokuksessa on nimenomaan yrityksmaailman viestinnän ja journalismin kohtauspiste. Kriisejä on tutkittu paitsi yleisemmin viestinnän myös erityisemmin journalismin näkökulmasta. Mitä tulee jälkimmäiseen, aikaisemmassa tutkimuksessa on keskitytty ennen muuta siihen, miten journalismi reagoi suuriin kansallisiin tai kansainvälisiin kriisitapahtumiin.

Kotimaisessa tutkimuksessa esimerkiksi Anna Simola ja Esa Reunanen (2010) ovat tarkastelleet kansainvälisen finanssikriisin vaikutuksista talousjournalismiin. Teoksessaan *Kaikki toistaiseksi hyvin*, he erittelevät hieman myös talousuutisten retoriikkaa. Tutkijoiden mukaan talousuutisen retoriikka pitää sisällään runsaasti metaforia, joiden avulla pyritään selkeyttämään talouden abstrakteja tapahtumia. Samalla metaforat kuitenkin vahvistavat vallitsevia käsityksiä asioista ja siitä, miten maailma toimii. (Emt., 99.) Pentti Raittila (1996) puolestaan kartoitti parinkymmenen vuoden takaisessa tutkimuksessaan toisenlaisen kriisin käsittelyä mediassa tutkien matkustajalautta Estonian uppoamisen mediassa aiheuttamia aaltoja kriisiviestintään ja journalismin etiikkaan.

Kriisejä on tutkinut myös Kari Koljonen, joka tarkasteli katastrofijournalismia *Kriisi journalismissa* -väitöskirjassaan (2013). Koljonen tutki, miten median murroksen kourissa olevat mediat ovat raportoineet suomalaisista kouluampumisista ja miten kriiseihin yhdistetty toimittajien osakseen

saama kritiikki on kenties muuttanut journalistiprofessiota. Ulkomailla kriisejä ja mediaa on tutkittu laajasti. Tutkimuksissa käsitellään median roolia tiettyjen kriisien yhteydessä (esim. Altheide 2002; Cottle 2008). Usein tutkimuksen aiheena on laajemmin katastrofitutkimus (esim. Rodriguez, Quarantelli & Dynes 2007), jonka erottamaton osa media tosin nykypäivän yhteiskunnassa on.

Tässä tutkimuksessa kohdistan katseeni yrityksen irtisanomiskriisiin ja sen käsittelyyn mediassa. Irtisanomiskriisi ei ole yhtä vavisuttava kuin hurrikaani tai lentokoneen putoaminen, mutta vallitsevan taloudellisen tilanteen puitteissa jatkuvat irtisanomiset ovat tutkimuksen arvoisia. Työni kannalta erityisen oleellista on että, jatkuvat irtisanomiset ja irtisanomisuutiset koskevat niistä kertovaa mediaa itseään.

Tutkija Salli Hakala on käsitellyt kriisejä ja mediayhteiskuntaa monilta eri kanteilta. Hän on tutkinut muun muassa kouluampumisten uhrien esittämistä mediassa ja koulusurmista media-ajan ilmiönä (2013), yhteiskunnallisten kriisien johtamisesta julkisuudessa (2007) ja esimerkiksi ydinvoimalaonnettomuuden jälkeistä viestintää (2013). Alun perin *Media ja viestintä* -lehdessä julkaistussa artikkelissa ”Kriisien maailma” Hakala käsittelee sitä, miten media reagoi kriiseihin, kuten terrori-iskuihin tai luonnonkatastrofeihin. Hakala puhuu kriiseistä nimenomaan mediayhteiskunnan kehyksessä, jolloin kriiseistä syntyy helposti myös mediakriisejä. (Hakala 2011, 68; 73–74.)

Hakalan (2011) näkökulma poikkeaa omastani siinä, että hän pyrkii tutkimaan kulloinkin kyseessä olevaan kriisiä, kun taas tämän tutkimuksen fokus on tuosta kriisistä tuotetussa uutisoinnissa. Hakala kuitenkin nostaa esiin tämän tutkimuksen kannalta olennaisia ajatuksia. Hänen mukaansa kriisejä pitää tutkia, sillä ne paljastavat yhteiskuntien, organisaatioiden, yksityisten ihmisten ja median toimintatapoja sekä logiikkaa. (Emt., 72.) Hakala esittelee myös yleisesti käytössä olevan jaottelun kriisien kategorioista. Kriisit voidaan yleisesti luokitella viiteen kategoriaan niiden synnyn perusteella: kriisi voi olla joko luonnononnettomuus ja katastrofi, ihmisten aiheuttama onnettomuus, epidemia tai pandemia, poliittinen kriisi tai viimeisimpänä organisaation mainekriisi, jollaisesta tämän tutkimuksen kohteena olevassa irtisanomiskriisissä on pohjimmiltaan kyse. (Emt., 70.)

2.2 Journalistiprofessio

Tässä luvussa käsittelen journalistiprofession taustoja ja sen eri puolia, kuten ammattieettisyyden kehittymistä. Ammatillisuuden ja sitä koskevan etiikan kehittymisen tarkastelun kautta etenen kohti alan itsesääteilyä ja konventioita, joita sitten peilaan tutkimuksessani toteutuneeseen journalismiin, eli irtisanomisuutisointiin.

Journalistiprofessio ei ole terminä riidaton. Esimerkiksi Hurmeranta huomauttaa väitöskirjassaan, että varsinaisesta professiosta ei voi toimittajan työn osalta puhua kirjaimellisesti, koska alalta puuttuvat yksiselitteiset koulutus- ja pätevyysvaatimukset. Mediakeskusteluun käsite toimittajaprofessio on kaikesta huolimatta vakiintunut. (Hurmeranta 2012, 43.) Mediasosiologi Kauko Pietilä toteaa, että vaikka alan ammattilaisia koulutetaan nykyään korkeakouluissa ja yliopistoissa ja vaikka journalistiprofessiota tutkitaan ja kehitetään tieteen parissa, käytännössä ala toimii ja muokkautuu tiedeyhteisön ulkopuolella (Pietilä 2012, 28–29). Journalistiprofession aukotonta määrittelemistä vaikeuttaa sen jakautuminen tieteseen ja käytäntöön. Toimittajat työskentelevät kaupallisessa maailmassa ja noudattavat työssään sekä kaupallisuuden että ammattikunnan omien eettisten normistojen vaatimuksia. Työskentelyä ohjaavat alan piirissä kehittyneiden journalismieettisten sääntöjen lisäksi julkilausumattomat ammatilliset käytännöt ja mediatalon laajempi rooli taloudellista voittoa tavoittelevana yrityksenä. Tämä ristiriita luo jännitteitä alan sisälle. (Emt., 28–29.)

Angloamerikkalaisessa tutkimuksessa mediatalouteen saatetaan viitata termillä *cultural industries*, joka korostaa epäsuorasti myös journalismin roolia kahden eriluonteisen kentän välissä. Journalismin tuotanto on samaan aikaan kulttuurista toimintaa ja teollisuutta. (Ks. esim. Cottle 2010, 3–5; Hesmondhalg 2013.) Oma tutkimukseni sijoittuu juuri tämän ristiriidan alueelle: toimittajat ovat samaan aikaan journalisteja, joita ohjaavat alan omat normistot, ja kannattavuuteen tähtäävän liiketoiminnan osasia. Seuraavassa alaluvussa käsittelen lyhyesti ammattieettisyyden kehittymistä ja sen vaikutusta tutkimukseni kohteeseen.

2.3 Ammattieettisyyden kehittyminen

Journalismin ammattieettisen koodiston syntyajankohta länsimaissa sijoittuu 1910-luvulle. Yhdysvaltalainen Kansas Editorial Association julkaisi koko journalistista toimintaa koskevan ohjeiston vuonna 1910, ja Ranskassa hyväksyttiin vuonna 1918 alaa koskeva valtakunnallinen ohjeisto. Vaikka erilaisia koodistoja muovailtiin jo ennen ensimmäistä maailmansotaa, asiaan perehtyneen Jorma Mäntylän mukaan käänne tapahtui ensimmäisen maailmansodan aikana ja pian sen jälkeen. Alan eettisyyttä valvovia lehdistöneuvostoja perustettiin jonkin verran jo 1900-luvun alussa, mutta suuremmassa määrin niitä perustettiin pian toisen maailmansodan jälkeen. (Mäntylä 2008, 24–25.) Tätä nykyä lehdistöneuvostoja ja eettisiä koodistoja on noin 90 maailman maassa (emt., 37–42). Suomessa oli ammatillisia eettisiä sääntöjä ja niitä tarkkaileva neuvosto jo vuonna 1927, mutta Suomen ensimmäinen virallinen toimittajien eettinen koodi ”Etikettisäännöt Suomen Sanomalehtimiehille” laadittiin vuonna 1957. Eettisen koodiston laati nykyisen Journalistiliiton

edeltäjä Suomen Lehtimiesten Liitto. Säännöt pitävät sisällään myös nykyisille Journalistin ohjeille ominaisia kulmakiviä, kuten tietojen oikeellisuuden, totuudellisuuden ja objektiivisuuden. Julkisen sanan neuvosto perustettiin noin kymmenen vuotta myöhemmin vuonna 1968. (Emt., 37–42.)

Kauko Pietilä (2012) esittelee journalismin ammatillistumisen vaiheita teoksessaan *Journalismi ammattina*. Pietilä esittelee brittiläisen tutkijan Philip Elliotin, jonka mukaan journalismi on kehittänyt suhteellisen huonosti professionalismin piirteitään; poikkeus tästä ovat sitä itseään oikeuttavat ideologiat (ks. emt., 179). Toisin sanoen journalistiprofessio, erityisesti sen eettinen ulottuvuus, on kehittynyt lähinnä itsesuojeluna sellaisissa yhteiskunnallisissa tilanteissa, joissa ammatin harjoittaminen tai sen edellytykset ovat olleet jollain tapaa uhattuina. Ammatillistumisen kehitystä on vauhdittanut se, että toimittajilla on erilaisissa yhteiskunnallisissa tilanteissa ollut tarve perustella oman ammattikuntansa tarpeellisuus ja sen olemassaolon edellytykset muulle yhteiskunnalle. Samalla ammattikunta on luonut itse itselleen normiston. Pietilä esittelee Elliotia mukaillen journalismin itseään oikeuttavia ideologioita, jotka ovat ajan myötä johtaneet nykyisenlaiseen ammattietiikkaan ja itsesääteelyyn. Esimerkkeiksi journalismia oikeuttavista ideologioista hän nostaa vapaan lehdistön opin sekä sosiaalisen vastuun teorian. (Emt., 179.)

Ensimmäinen Pietilän (2012) esittelemä journalismia oikeuttava ideologia on *vapaan lehdistön oppi*, joka muotoiltiin englannissa porvariston ja aristokratian välisen pitkän taistelun aikana. Seuraava ideologia on *sosiaalisen vastuun teoria*, jonka mukaan median tulee itse riippumattomasti säädellä ja valvoa toimintaansa ulkopuolisten asiaan puuttumatta. Lehdistön suvereniteetin tarkoitus on, että lehdistö itse vastaisi kollektiivisesti siitä, että yhteiskunta saa totuudellisen ja puolueettoman selonteon yleisesti merkittävistä asioistaan. (Emt., 179–180.) Pietilä vertaa journalismin sosiaalisen vastuun teoriaa muiden yhteiskunnallisesti merkittävien alojen ydinvelvollisuuksiin. Hänen mukaansa sosiaalisen vastuun teoria asettaa journalistiprofession velvollisuudeksi, päämääräksi ja luottamustoimeksi totuuden, samassa mielessä kuin lääketieteellinen professio on ottanut kontolleen vastuun väestön terveydestä, ja oikeusprofessio on ottanut kantaakseen vastuun oikeudesta. (Emt. 179.)

Median sosiaalisen vastuun periaatteen mukaan media ei ole vastuussa toiminnastaan vain itselleen vaan koko yhteiskunnalle. Teorian pohjana on ajatus, että lehdistön on toimittava yleisen edun hyväksi. (Nieminen & Pantti 2004, 38.) Edellä kuvailtujen kahden itseään oikeuttavan ideologian lisäksi Pietilä esittelee myös objektiivisuuden perinteen vahvana vaikuttajana nykyjournalismin etiikkaan. Pyrkimys objektiivisuuteen nähdään edelleen journalismin perushyveenä, vaikka koko käsitteen vedenpitävyyttä on tutkimuksessa kritisoitu. (Pietilä 2012, 220–224.)

Kokonaisuutena arvioiden alan eettinen normisto on syntynyt pitkälti kaupallisuuden paineissa ja normit tuntuvat nykypäivänäkin olevan usein vastavoimana juuri kaupallisuuden vaatimuksille. Mäntylän mukaan 1800–1900-lukujen taitteessa ajateltiin, että uutisvälityksen luotettavuus ja uskottavuus turvataan pitämällä uutiset erossa sponsoroinnista ja mainonnasta (Mäntylä 2008, 37–42). Kaupallistumisen kaudella 1800–1900-lukujen taitteessa lehdistön tarkoitukseksi muodostui voiton tuottaminen omistajilleen, aikaisemman poliittisen vaikutusvallan tavoittelun sijaan. Voittoa tavoitteleva journalismi tarvitsi myytävän tuotteen, joka sopisi mahdollisimman laajalle joukolle. Tähän tarpeeseen vastasivat uutiset. Puolueettomat ja poliittisesta näkemyksestä irralliset jutut upposivat hyvin suureen yleisöön. (Kunelius 2003, 68–70.)

Myös nykyjournalismin peruskivi objektiivisuuden ideaali nostettiin journalismin arvoihin journalismin kaupallistumisen myötä. Kaupallistumiskehitys muutti myös journalismin uutiskriteereitä: otsikkoihin nousivat yhä useammin epäpoliittiset aiheet kuten onnettomuudet ja rikokset. Kaupallistumisen myötä journalismi alkoi ainakin näennäisesti ottaa etäisyyttä niihin yhteiskunnan toimijoihin, joista se kertoi. (Kunelius 2003, 67–69.) Objektiivisuus ja objektiivisuuden strateginen rituaali (myös vastuun kierron strategia, ks. mm. Tuchman 1978, 95) otettiin käyttöön, kun toimittajan tuli kirjoittaa omiin nimiinsä vain kiistattomia faktoja. Mielipiteellisemmät ilmaisut ja epävarmat tiedot laitettiin haastateltavan suuhun (Kunelius 2003, 69). Esa Reunasen (1994) mukaan vastuu siitä, mitä sanotaan, etäännytetään vastuun kierron strategian avulla toimittajasta ja tällä tavoin lehti säilyttää kykynsä kertoa asioista ilman, että sen täytyisi itse puuttua riidanalaisiin, epävarmoihin tai arvelunomaisiin asioihin.

Vaikka journalismin ammattieettiset periaatteet ovat kehittyneet pitkän ajan kuluessa, journalismia ympäröivä maailma ei ole pysähtynyt, vaan se muuttuu jatkuvasti. Kaupallistuneen lehdistön aikakaudella syntyneet eettiset normistot ja alan käytännöt vaikuttavat vahvasti myös nykypäivän journalismissa. Journalistin ohjeita päivitetään aika ajoin.² Mielestäni myös journalismin ammattieettisyyden tulee kehittyä jatkuvasti, kun se kohtaa uusia ilmiöitä. Omassa tutkimuksessani journalismin ammatillinen etiikka on taustakangas, jota vasten uutisia tulkitsem. Esimerkiksi Journalistin ohjeet tarjoavat konkreettisia pelisääntöjä käytännön työhön, mutta myös korkeamman

² Journalistin ohjeita on muutettu aika ajoin. Ohjeita ylläpitävä Julkisen sanan neuvosto pitää verkkosivuillaan listaa Journalistin ohjeiden vaiheista. Ohjeet on viimeksi päivitetty vuonna 2011, jolloin niihin lisättiin Yleisön tuottama aineisto tiedotusvälineiden verkkosivuilla -liite. Journalistin ohjeita on päivitetty vuosina 1992, 2005 ja 2011. Ohjeet kulkivat aikaisemmin nimellä Lehtimiehen ohjeet. Lehtimiehen ohjeita on muokattu vuosina 1968, 1976 ja 1983. Lehtimiehen ohjeita edelsivät Etikettisäännöt Suomen sanomalehtimiehille vuodelta 1957. (Journalistiliitto, ohjeet kautta aikain, verkkolähde.)

selkänöjan eettisille pohdinnoille yhä kiihtyvämmällä tahdilla kaupallistuvassa maailmassa. Seuraavassa alaluvussa käyn läpi nykyjournalismin etiikkaa ja alalla Suomessa vallitsevaa itsesääntelyä.

2.3 Journalismin etiikka ja käytännön työn itsesääntely

Tässä luvussa käsittelen ammattikunnan tämänhetkistä etiikkaa ja itsesääntelyn mekanismia. Perinteinen journalismin määritelmään kuuluu näin: Journalismi on ajankohtaisen ja faktapohjaisen joukkoviestinnän tuottamista (ks. esim. Kunelius 2003, 21; Mäntylä 2008, 61–62). Niin Suomessa kuin muuallakin maailmassa journalistietiikan kulmakiviä ovat totuudellisuus ja pyrkimys luotettavaan tiedonvälitykseen (Mäntylä 2008, 62). Yksi keskeisimmistä arvoista on jo edellisessä luvussa käsitelty journalismiin liitetty objektiivisuuden vaatimus.

Kielentutkija Jyrki Kalliokosken (1999) mukaan uutiset ovat päivittäin kohtaamistamme teksteistä niitä, joilta toistuvasti vaaditaan objektiivisuutta ja myös objektiivista kielenkäyttöä.³ Ihanteellisena uutisena pidetään merkittävästä tapahtumasta tehtyä puolueetonta selvitystä, joka ei sisällä toimittajan omaa mielipidettä. (Emt., 37.) Ala valvoo toimijoidensa eettisyyttä itsesääntelyn keinoin. Suomessa Journalistiliitto julkaisee Journalistin ohjeita, jotka heijastavat ammattikunnan sisäistä käsitystä hyvästä journalismista. Voimassa olevien ohjeiden mukaan uskottavan journalismin tulee olla muun muassa totuudenmukaista, itsenäistä ja ajankohtaista (Journalistin ohjeet 1, 2, 8, 10). Julkisen sanan neuvosto (JSN) puolestaan valvoo median toimintaa. JSN:n tehtävä on tulkita hyvää journalistista tapaa, muun muassa Journalistin ohjeita.

Myös niin kutsutussa Hutchinsin komission raportissa lehdistön tehtäväksi on määritelty päivittäisten tapahtumien totuudenmukaisen ja monipuolisen selostamisen lisäksi toimiminen kriittisen julkisen keskustelun foorumina (Nieminen & Pantti 2004, 38). Keskustelun ylläpitämisen ja mahdollistamisen lisäksi journalististen yritysten tärkeimpänä yhteiskunnallisena tehtävänä pidetään yleisesti tiedon tuottamista yhteiskunnan jäsenille ja valtaa pitävien instituutioiden valvomista. (Kunelius 2003, 209–247; Nieminen & Pantti 2004, 38). Tällaisia valtaapitäviä instituutioita ovat

³ Objektiivisuuden perinnettä on myös kritisoitu siitä, että se on todellisuudessa mahdoton toteuttaa ja että se jättää lukijalle mahdollisuuden vain passiiviseen vastaanottajan rooliin (Mäntylä 2008, 61). Objektiivisuutta ja totuudellisuutta on tutkittu aivan äskettäin myös filosofiselta kantilta. Helsingin yliopistossa tarkistettiin kesäkuussa 2016 Aki Petteri Lehtisen väitös aiheesta *Journalismin objektiivisuus - Pragmaattinen tietokäsitys ja relativismin haaste moniarvoisessa maailmassa*. Työ lähtee ajatuksesta, että objektiivinen journalismi on jopa kriisissä, mutta päättyy lopulta perustelemaan, miksi tiedolliset käsitteet objektiivisuus, totuus ja totuudenmukaisuus ovat välttämättömiä journalismin demokraattiselle tehtävälle monimuotoisessa yhteiskunnassa. (Lehtinen 2016, verkkolähde.)

esimerkiksi valtio, poliittinen päätöksentekokoneisto, järjestöt ja yritykset. Opetusministeriön ylijohtaja Kalevi Kivistö (2002) kirjoitti pari vuosikymmentä sitten, että median tärkein tehtävä nyky-yhteiskunnassa on tehdä vallankäyttö näkyväksi, jotta kansalaisilla on mahdollisuus arvioida tehtyjen ratkaisujen perusteluja ja oikeudenmukaisuutta. Kivistön mukaan se mekanismi, jolla media tätä tehtäväänsä hoitaa on epäily ja kyseenalaistaminen. Median tärkeimmät valvonnan kohteet ovat poliittinen, taloudellinen ja oikeudellinen vallankäyttö. (Kivistö 2002, 131.) Kivistön tutkimuksessa huomionarvoista oman tutkimukseni kannalta on, että myös suuret mediatilat, kuten tutkimuksen kohteena oleva Sanoma-konserni, ovat yhtäläillä osa yhteiskunnan taloudellista eliittiä.

Medialla on valtaa määritellä ilmiöiden ja toimijoiden julkista näkyvyyttä ja merkityksiä, joten yhteiskunnan eri toimijat haluavat verkostoitua ja liittoutua sen kanssa. Yhteiskunnan muut toimijat voivat median avulla edistää päämääriään ujuttamalla julkisuuteen omia sisältöjään, näkökulmiaan ja uutisiaan. Mediasuhteista huolehtiminen on arkipäivää poliittisille puolueille, yrityksille ja valtionhallinnon organisaatioille, sillä media on niille vallankäytön resurssi ja areena. (Kunelius, Noppari & Reunanen 2009, 186.) Mediassa käsiteltävien asioiden ja ilmiöiden ”totuudet” määrittävät sen mukaan, miten niistä puhutaan ja kuka asioista pääsee kertomaan. Journalistit pyrkivät ammattietiikkansa mukaisesti tasapuoliseen uutisointiin, mutta arkityöskentelyssään he joutuvat toimimaan erilaisten vaikuttajien ja intressien ristipaineessa. Journalistin työhön vaikuttavat myös hänen omat lähtökohtansa ja ympäröivän yhteiskunnan arvot. Tällaisessa ympäristössä on mielestäni erittäin tärkeää tarkastella journalistisen alan eettistä normistoa ja tutkia, miten sen ideat toteutuvat käytännön työ tasolla.

Alan ammatillisen itsesääntelyn väline, journalistin ohjeet linjaa toimittajan eri vastuualueiden ristivetoa ja pyrkii tällä helpottamaan toimittajan työtä. Avaan seuraavaksi lyhyesti näitä vastuita poimimalla esiin journalistin ohjeista oman tutkimukseni kontekstissa ja niihin soveltaen huomionarvoisia kohtia (Journalistiliitto, Journalistin ohjeet, verkkolähde).

- Toimittaja on vastuussa tiedon puolueettomuudesta ja faktapohjaisuudesta suuren päivälehdten lukijakunnalle (Journalistin ohjeet §1 ja §8).
- Talousuutisia kirjoittava toimittaja on lisäksi vastuussa talousuutisia seuraavalle erityisyleisölleen, joka koostuu muun muassa yhteiskunnan taloudellisesta eliitistä ja tässä tapauksessa myös Sanoma Median johdosta (Journalistin ohjeet §1, §2, §3 ja §8).
- Lisäksi toimittaja on vastuussa työskentelynsä eettisyydestä itselleen ja ammattikunnalleen (Journalistin ohjeet §2 ja §6).

- Työntekijän roolissa toimittaja on myös vastuussa työnsä laadusta ja tuottavuudesta omalle työnantajalleen eli tässä tapauksessa Sanoma Medialle.

Journalistin ohjeiden lisäksi toimittajan on työssään pohdittava myös yksittäisiä pykälä hankalammin hahmotettavaa sidonnaisuuksien ja vastuun verkostoa. Toimittaja Simo Sipola luennoi Tampereen yliopistossa 2000-luvun alussa (19.10.2001) toimittajan oikeudesta etiikkaan. Hän luetteli kolme eri vastuualuetta, jotka toimittajan on huomioitava työssään. Toimittaja on ensinnäkin moraalisisessa vastuussa yleisölleen, lähteilleen, kollegoilleen ja työnantajalleen. Juridisessa vastuussa toimittaja on yhteiskunnalle ja työnantajalleen sekä liiketaloudellisessa vastuussa työnantajalleen. Sipolan mukaan osa toimittajan ammattia on navigoida erilaisten ristipaineiden aallokossa. Yhtäällä vastakkain ovat tiedonvälitys ja liiketaloudellisen voiton tavoittelu, toisaalla totuudenmukainen ja riippumaton journalismi käy rajanvetoa yritysmaailman logiikkaa ja henkilökohtaisia sidonnaisuuksia vastaan. (Sipola 2001, luento, verkkolähde.) Tutkimukseni empiirisessä osuudessa etsin irtisanomisuutisista esiin nousevia argumentteja ja tarkastelen sitä, menevätkö niitä koskevat havaintoni yksiin tässä luvussa esiteltyjen ammattieettisten näkökulmien kanssa.

3 TALOUS UUTISTEKSTISSÄ

Journalismin osa-alueista tutkimukseni suuntaa siis huomionsa talousjournalismiin. Tarkkarajaisempi kiinnostuksen kohteeni on irtisanomisuutisointi osana talousjournalismin kenttää, jolla käsitellään taloudellisia tapahtumia ja ilmiöitä (Uotila 2010, 15). Tässä luvussa tarkennan tutkimukseni kohdennuksen talousuutisille tyypillisiin kielellisen esittämisen muotoihin. Pureudun lähemmin talousuutisen tyyliin, kerrontaan ja toimijoihin. Lisäksi pohdin talousjournalismin suhdetta sen sisäisiin ja ulkoisiin sidosryhmiin ja journalismin etiikkaan.

3.1 Kovan talousuutisen kerronnan tavat

Uutiskirjoittamisen konventiot rajaavat esittämistapoja, joita kulloisessakin tilanteessa voidaan käyttää. Uutisen merkkimäärä ja rakenne estävät sen, että kaikki näkökulmat voitaisiin esittää samanarvoisina ja yhtä aikaa. Nykyjournalismin päätuote on mahdollisimman puolueettomasti kirjoitettu, faktapohjainen, tuore ja ytimekäs juttu – uutinen (Kunelius, 2003, 67–68). Faktapohjaisuuteen kehoitetaan myös Journalistin ohjeissa esimerkiksi pykälissä 8, 10 ja 11 (Journalistiliitto, Journalistin ohjeet, verkkolähde).

Näiden määreiden lisäksi uutistekstissä pyritään objektiivisuuteen, tai ainakin objektiivisuuden vaikutelman tuottamiseen. Objektiivisuutta pidetään faktajutun peruskriteerinä, mutta samalla hyväksytään, että siihen ei koskaan päästä. Objektiivisuuden sijaan kannattaakin pyrkiä mieluummin pitämään uutiset pelkästään faktapohjaisina sekä välttää uutisissa tahallista mielipiteellisyyttä. (Okkonen 1980, 46.) Oman näkemykseni mukaan objektiivisuuden pyrkimys estää toimittajaa ujuttamasta uutistekstiin tarkoituksella omia mielipiteitään, mutta tiedostamattomien asenteiden kirjoittamista uutistekstiin voi olla vaikeaa ammattitoimittajankaan välttää.

Kieli on yhteydessä valtaan ja yhteiskunnassa vallitsevaan ideologiaan. Jyrki Kalliokoski (1999) tarkastelee, miten joissakin yhteisöissä vallitsevan ideologian arvot ja uskomukset ohjaavat toimittajan valitsemaan tietynlaisen näkökulman ja tekemään tiettyjä kielellisiä valintoja. Ideologian ohjaileman ”terveen järjen” mukainen näkökulma tuottaa yhteisössä yhteisiksi koettujen arvojen ja uskomusten kannalta luonnollista, neutraalilta vaikuttavaa kieltä, jossa arvot ja uskomukset muuttuvat näkymättömiksi. Vastaavasti totutusta puhetavasta poikkeavat ilmaisut koetaan puheyhteisössä puolueellisiksi ja värittyneiksi. Se, millaisen uutisen koemme puolueettomaksi, riippuu siis myös yleisestä sosiokulttuurisesta kontekstistamme, johon Kalliokoski viittaa yhteisönä. (Emt., 77.) Tässä tutkimuksessa tarkastelen, toistavatko aineistoni uutiset kritiikittä ”talouden tervettä

maalaisjärkeä”. Tutkin tätä sitä kautta, onko teksteistä löydettävissä neutraalin kielen alle uppoutuneita argumentteja, mitä argumentteja niissä on ja mitä argumentit mahdollisesti kertovat.

Kalliokosken tarkoittaman terveen järjen on havaittu näkyvän myös talousuutisissa. Talousjournalismin argumentaatiota tutkinut Mikko Koistinen (2003) esittelee havaintojaan artikkelissaan ”Pelkkää taloutta – Retoriikka journalismitutkimuksessa”. Hän kuvailee talousuutisia koviksi uutisiksi. Niille on kerronnallisesti ominaista tietävyys suhteessa tapahtumiin ja näkymättömyytenä suhteessa kerrontaan. Kovat uutiset eivät Koistisen mukaan ole epävarmoja kertomiensa asioiden suhteen. (Emt., 51–52.) Juuri tästä syystä kovat uutiset ovat otollinen kohde argumentaation tutkimiselle.

En tässä tutkimuksessa keskity syvemmin uutisen tarinallisuuteen tai narratologiaalähtöiseen uutistutkimukseen. (ks. esim. Herkman 2005; Kunelius 1996; Ridell 1994, 1998). Mutta tiedostan kuitenkin, että narratologisella lähestymistavalla olisi tämänkin tutkimuksen puitteissa annettavaa, erityisesti tulosten suhteuttamisessa talousuutiselle tyypilliseen esittämistapaan tai talousjutun genreen. Kertomuksellisuuteen ja narratologiaan liittyvää genreä käsitettä journalismin tutkimuksessa ovat avanneet muun muassa Juha Herkman (2005, 85; 108) ja Seija Ridell (1998, 15). Tässä tutkimuksessa keskityn kartoittamaan Helsingin Sanomien irtisanomisuutisoinnissa esitettyjä argumentteja, en siis pyrikään avaamaan uutisoinnissa kerrottuja tarinoita tai pohtimaan sitä, millaisessa suhteessa kerrotut tarinat ovat talousuutisen genreen.

Talousuutisten kova argumentaatio kumpuaa Koistisen (2003) mukaan sekä taloustieteen kuvaamasta maailmasta että kovan uutisen lajityypillisestä rakenteesta. Kovan uutisen kertoja on usein näkymättömissä ja kaikkietävän kertojan asemassa suhteessa uutistapahtumaan. Kovat uutiset ovat perinteisesti kerronnaltaan epäargumentoivia. Koistinen luonnehtiikin kovia uutisia luonteeltaan väiteargumenteiksi kiista-argumenttien sijaan. Väiteargumentit ovat vähemmän keskustelevia ja ehdottomampia kuin kiista-argumentit. (Emt., 52–54.)

Mielenkiintoisia talousuutisten argumenttien tutkimisessa ovat myös ne uutiset, joissa argumentteja ei ole. Koistisen mukaan kaikissa uutisissa argumentoinnin tai sen puuttumisen taustalta voidaan lukea niin sanottuja talouden lakien sanelemia syitä, joita ei välttämättä ole edes tarpeen mainita. Koistinen muotoilee asian seuraavalla tavalla:

Sokeritehdas lopettaa, koska se ei ole kannattavaa. Kiinaan investoidaan, koska se taas on kannattavaa. --- yleisellä järjellä tarkoitetaan taloudellisen rationaliteetin

sanelemaa yleistä järkeä, eli sitä, mikä tästä näkökulmasta katsottuna on hyvää ja järkevää. (Koistinen 2003, 53).

Tässä tullaan tutkimukseni risteyskohtaan, eli siihen, miten näennäisesti epäargumentatiivinen teksti voi pitää sisällään väitteitä ja perusteluja, joita lukijan voi olla vaikea tunnistaa argumenteiksi. Omassa tutkimuksessani tutkin ilmiötä mediayrityksen kriisin näkökulmasta, jolloin se, miten asioita perustellaan ja miten ne esitetään, on olennaista myös journalismin etiikan ja perustehtävien näkökulmasta.

3.2. Talousjournalismi journalismin lajina

Hurmerannan (2012, 31) määritelmän mukaan talousjournalismi on journalismin alagenre, joka erkaantui viimeistään 1960-luvulla omaksi journalismin lohkokseen. Talousjournalismin määrittäytyy genreksi käsittelemänsä aihepiirin perusteella (emt., 27). Määritelmän perusteella talousuutinen tai -juttu on osa talousjournalismia, vaikka se olisi julkaistu esimerkiksi lehden kulttuuriosastolla.

Tämän tutkimuksen kohteena olevat irtisanomis- ja yt-uutiset ovat talousjournalismia, sillä ne käsittelevät yritystaloutta. Taloustoimittaja Antti Mikkonen (1998) määrittelee talousjournalismin seuraavalla tavalla, joka tukee irtisanomis- ja yt-uutisten kuulumista talousjournalismikäsitteen alle:

Olen ymmärtänyt talousjournalismin prosessiksi, joka median välityksellä tuottaa faktapohjaisia sanomia elinkeinoelämästä, kansantaloudesta ja maailmantaloudesta suhteellisen laajan yleisön tiedontarvetta tyydyttämään. --- Lopputulos voi olla lyhyt uutispätkä, laaja reportaasi, dokumentti, henkilöhaastattelu, toimittajan kommentti, pääkirjoitus, keskusteluohjelma, tiivistä numerotietoa sisältävä taulukko, graafi, kuvajuttu tai muu. (Mikkonen 1998, 8.)

Varsin samankaltaista talousuutisen määritelmää kuin Mikkonen käytti Talousjournalismin kritiikkiseminaariin osallistunut työryhmä jo vuonna 1989 (Hujanen 1990, 52). Tässä tutkimuksessa käsitän talousjournalismin laveasti sen käsittelemien aiheiden kautta. En rajaa tutkimusaineistoani sen perusteella, millä lehden osastolla aihetta on käsitelty, vaan uutisten aiheen perusteella. Aineistooni lukeutuukin myös esimerkiksi kulttuuriosastolla julkaistu uutinen, jossa käsitellään Sanoman yt-neuvotteluja ja Radio Helsingin täpärää pelastumista lakkauttamiselta sekä Ihmiset-sivuilla julkaistu henkilöhaastattelu Sanoman uudesta johtohenkilöstä (aineistosta ks. luku 4).

Kutsun kaikkia aineistoni juttuja uutisiksi, vaikka aineistossani on uutissivuilla julkaistujen juttujen lisäksi henkilöjuttuja ja yksi pääkirjoitus. Käytin termivalinnan pohjana Pertti Hemánuksen (1972)

muotoilemaa sanomalehden ajankohtaisen toimituksellisen sisällön jakoa kolmeen kategoriaan. Hän jaottelee toimitukselliset lehtitekstit sen mukaan, miten paljon niissä on mukana kirjoittajansa tulkintaa. Hemánuksen kategoriat ovat uutiset, uutisten taustaselvitykset ja kommentit. (Hemánus 1972, 2.) Koska tämän tutkimuksen tarkoitus on tarkastella neutraaliteen ja objektiivisuuteen pyrkivien journalististen tekstien argumentatiivisuutta, olen rajannut aineistosta pois Hemánuksen kommentti-ryhmään kuuluvat tekstit eli yksittäisen toimittajan mielipidettä edustavat kirjoitukset (kommentit ja kolumnit).

Olen ottanut aineistooni mukaan uutisia ja uutisten taustaselvityksiä. Taustaselvityksiksi lasken esimerkiksi mukana olevat henkilöhaastattelut. Jaottelu uutisiin ja taustaselvityksiin on kuitenkin oman aiheeni kannalta epärelevantti. Kuten Hemánuskin asian ilmaisee, sanomalehden ajankohtaista toimituksellista sisällön jaottelu edellä esitellyn kolmijaon mukaan ei ole suinkaan mutkatonta, ja erityistä päänvaivaa tuottaa jaottelu uutisen ja uutisen taustaselvitysten välillä (emt., 2-3). Tässä tutkimuksessa niputankin yhteen uutiset ja uutisten taustaselvitykset ja käytän niistä selkeyden vuoksi vain käsitettä uutiset. Uutis-käsitteen valitsemista voi perustella myös Heikki Kuutin (1994) määritelmällä, jonka mukaan sana uutinen pitää sisällään kahdenlaisia tekstejä: ns. kovia ja pehmeitä uutisia (emt., 97). Näen itse tutkimani talousuutiset uutisina, vaikka mukana on sekä kovia että pehmeämpiä ja taustoittavampia uutisia.

Suomessa talousjournalismi oli vakiinnuttanut asemansa omana genrenään ja erityisalueenaan 1990-luvulle tultaessa, jolloin monissa lehdissä ilmestyivät omat taloussivunsa, talouteen erikoistuneiden julkaisujen levikki kasvoi ja talouslehtien määrä lisääntyi. 1990-luvulle tultaessa talous ja politiikka eriytyivät aiheina toisistaan. (Hujanen 1990, 49.) Mikkonen käsittelee suomalaista talousjournalismia teoksessaan *Rahavallan rakkikoirat*. Mikkosen mukaan 1900-luvun alkupuoliskolla talousuutisointi oli lähinnä pörssiuutisointia (Mikkonen 1998, 38). Talousuutiset olivat omankin tutkimukseni kohteena olevassa Helsingin Sanomissakin vielä 1950-luvulla pienen porukan puuhastelua. Merkittävä käänne kohti nykyaikaista talousjournalismia tapahtui vuonna 1965, jolloin Helsingin Sanomien johtoon astui Aatos Erkko. Talousaiheiden käsittely laajeni merkittävästi, kun lehti alkoi vuonna 1972 julkaista Taloustiistai-erikoissivujaan talousosaston yhteydessä. Taloustiistain tarkoitus oli taustoittaa uutisia ja käsitellä mielenkiintoisia teemoja laajemmin. (Mikkonen 1998, 36–43.)

Taisto Hujasen mukaan (1990) talousjournalismi muodostaa erityisjulkisuuden ja eroaa siksi tärkeällä tavalla journalismista yleisjulkisuutena. Erityisjulkisuutena talousjournalismilla on omia vakiintuneita aiheitaan, puhetapojaan ja seuraajiaan. Journalismin yleisluonteisena tavoitteena on yksityisen kansalaisen tasa-arvon ja osallistumismahdollisuuksien turvaaminen. Siinä missä

journalismi yleisjulkisuutena hakee poliittiselle järjestelmälle legitimaatiota yksittäisen kansalaisen tasolta, talousjournalismin maailmankuvan perusyksikkönä on ihmisen sijaan yksittäinen yritys. Hujanen toteaa, että talousjournalismi eroaa yleisjulkisuuden journalismista myös tehtäviensä puolesta: talousjournalismin tehtäväksi on vakiintunut *markkinatalouden* vahtikoirana toimiminen ja yritysten kilpailuetujen turvaaminen. (Hujanen 1990, 50.)

Koistinen puolestaan huomauttaa, että journalistisen työprosessin keskeiseksi piirteeksi nimetään usein sen pyrkimys kääntää erilaisia erityiskieliä journalistiseksi yleiskieleksi. Talousjournalismissa tämä tehtävä jää puolitiehen (ks. mm. Koistinen 2003, 55 ja Luostarinen 1994, 34). Taloussivujen uutisissa kieli ei selvenny vaan muistuttaa talousjournalismin lähdemateriaaleja, kuten yritystiedotteita ja osavuosikatsauksia (Koistinen 2003, 56). Talousjournalismin rakentamassa osajulkisuudessa markkinatalouden ei tarvitse hakea oikeutusta taloudelliselle järjestelmälle keneltäkään. Se on jo valmiiksi legitimoitu osana talousuutisen genreä. (Hujanen 1990, 50.) Edellä esitetty huomio talousjournalismin luonteesta on oman tutkimukseni kannalta tärkeä, sillä tutkimusaineistoni koostuu pitkälti taloussivuilla julkaistuista talousuutisista. Kun tarkastelen aineistossani esitettyjä argumentteja, pyrin asemoimaan ne suhteessa Hujanen huomioihin talousuutisista. Tarkastelen tuonnempana muun muassa sitä, miten suoraan taloutta käytetään argumenttien perusteluissa silloin, kun talousuutisten osajulkisuudessa ei tarvitse erityisesti perustella irtisanomisia ja yt-neuvotteluja. Aineistoni teksteissä talouden logiikka on kuitenkin aina läsnä kannattavuuden, voiton tuottamisen ja henkilöstöleikkausten kautta. Seuraavassa alaluvussa avaan talousjournalismin konventioiden lisäksi tarkemmin talousuutisissa toistuvia kerronnan tapoja.

3.2.1 Talousuutisen tyyli ja kieli

Taloutta koskevassa uutisessa yhdistyy kaksi tekstityyppiä ja perinnettä. Koistisen (2003) mukaan talousuutinen on paitsi uutistyyppi myös taloustekstien alalaji. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että talousuutisen kielessä sekoittuvat uutisen ja taloustekstin totutut puhetavat. (Emt., 53–54.) Koistinen huomauttaa, että talousosaston jutut sisältävät runsaasti taloustieteellisen retoriikan käsitteitä ja oletuksia, joita ei talousuutisessa kritisoida eikä selvennetä, vaan ne otetaan annettuina. Talousjournalismi jakaa oletuksen, että markkinatalous on markkinavoimien avulla tasapainoa hakeva systeemi. Mahdolliset ongelmat yhteiskunnassa tai taloudessa johtuvat siis siitä, että talous ei ole vielä tasapainossa. (Emt., 55.) Koistinen nostaa esimerkiksi aineistostaan poimimansa otsikon: ”Valtion budjetti saatetaan tasapainottaa jo alkuvuonna”. Otsikossa vedotaan keinoitekoiseen suureeseen (valtion budjetin tasapainottamiseen) ikään kuin matemaattisesti välttämättömänä asiana. Tällä tavoin talousjournalistisessa esittämisessä voidaan myös kiertää ja passivoida ikävien asioiden

sanomista. Otsikon kielenkäyttö esittää negatiiviset seuraukset välttämättöminä ja mekaanisena tapahtumana. (Koistinen 2003, 55.) Työni empiirisessä osuudessa tarkastelen, pitävätkö Koistisen huomiot paikkansa omassa aineistossani.

Koistinen (2003), ottaa artikkelissaan kantaa myös talousuutisten argumentteihin. Hänen mukaansa talousuutisissa argumentoinnin tai sen puuttumisen taustalta on luettavissa niin sanotot talouden lakien sanelemat syyt, joita ei välttämättä ole edes tarpeen mainita. Koistinen puhuu tekstissään talouden maalaisjärjestä, joka talousuutisissa kelpaa viimeiseksi selitykseksi. Hän muotoilee asian seuraavalla tavalla: ”Sokeritehdas lopettaa, koska se ei ole kannattavaa. Kiinaan investoidaan, koska se taas on kannattavaa.” Yleisellä järjellä/maalaisjärjellä tarkoitetaan taloudellisen rationaliteetin sanelemaa yleistä järkeä, eli sitä, mikä tästä näkökulmasta on hyvää ja järkevää. (Koistinen 2003, 54–55.)

Pirjo Karvonen (1999) erittelee artikkelissaan ”Missä on taloustekstin ihminen?” erityisesti taloutta käsittelevissä teksteissä käytettävää kieltä. Karvonen käsittelee myös talousjournalismia ja sitä, millaisia totuttuja kirjoittamisen tapoja talousteksteihin liittyy. Hän on esimerkiksi pannut merkille, että talousuutiset viljelevät taajaan abstrakteja sanoja kuten investointi, kasvu tai asumisrakentaminen tai määrittelevät asioita muiden abstraktioiden, kuten määrän kautta. Verbin sijasta prosessia kuvaillaan substantiiveilla. Kasvaa-verbi muuttuu kasvuksi, investoida investoinniksi ja rakentaa rakentamiseksi. Samalla kun toiminta kiteytetään substantiiviksi, sen ominaisuudet muuttuvat. Verbien nominaalistukset viittaavat ajasta ja paikasta riippumattomaan toimintaan tai tapahtumaan, jonka olemassaolo esittäytyy varmana. (Emt., 152.)

On esitetty, että taloustieteiden piirissä suositaan erityisesti biologisia ja lääketieteellisiä, mutta erityisesti sodankäyntiin liittyviä metaforia (ks. esim. Koistinen 2003, 53). Pirjo Karvonen viittaa artikkelissaan siihen, että talousteksteissä suositaan usein luonnonvoimien retoriikkaa (Karvonen 1999, 158–159). Myös Koistisen talousjournalistisessa aineistossa sodan retoriikka on havaittavissa. Koistisen mukaan talousuutisissa puhutaan muun muassa liittoutumisesta, taistelemisesta ja hyökkäämisestä. Myös vähemmän aggressiiviset, mutta kuitenkin kovuutta, rajuutta ja mustavalkoisuutta korostavat kielikuvat ovat läsnä Koistisen aineistossa. Tämän kaltaisia tulkintoja ilmentävät erityisesti sanavalinnat, kuten raju leikkauslista, kuilu kasvoi selvästi ja tiukka rahoitusmalli. (Koistinen 2003, 53–54.)

Karvosen mukaan taloustekstille on tyypillistä myös graafijargon. Määriä ja tapahtumia kuvataan tilastolukujen ja -muuttujien avulla. Muutoksia kuvaillaan joko nousuiksi tai laskuiksi. (Karvonen 1999, 153.) Esimerkiksi talousuutisessa työttömien määrän vähenemisen sijaan heidän määränsä

laskee. Graafijargon näkyy myös teksteissä esitetyissä prosesseissa. Verbit kuvaavat asioita tilastosuureiden muutoksina, kuten *kasvu hidastuu* tai *määrä supistuu*. Tekstissä prosessit näyttävät usein tapahtuvan itsestään, ilman inhimillistä toimijaa. Karvonen vertaa tapahtumien vääjäämätöntä etenemistä talousteksteissä luonnonvoimien etenemiseen: kun talouden tapahtumat ovat kerran lähteneet liikkeelle, ne etenevät ilman kenenkään vaikutusta. (Karvonen 1999, 154.) Inhimillisen toiminnan kiteyttäminen termiksi, jossa toimija on mukana vain implisiittisesti, häivyttää taloustekstin ihmisen. Toinen tapa päästä eroon toimijasta on käyttää automaattiverbejä. Esimerkkinä Karvonen käyttää Suomen markan devalvoimiseen liittyvää uutista, jossa markkaa ei suinkaan devalvoitu, vaan se ”*pääsi* kellumaan, sitten se *devalvoitui*”. Tapahtumia kuvaillaan kuin voimakastahtoinen markka olisi itse ryöstäytynyt irti. (Emt., 154–155.) Tässä tutkimuksessa erittelen, miten ihmisten esittäminen tai esittämättä jättäminen tukee uutisten irtisanomisargumentteja.

Tapahtumien kuvaaminen itsestään eteneviksi on suosittu keino aina, kun toimijoiden vastuullisuutta ei haluta nostaa esiin (esim. Karvonen 1999; Hint 1991). Lauseet rakennetaan siten, että tarkasteltavana on itsenäinen ilmiö, jolle tapahtuu yhtä ja toista. Työntekijöitä ei esimerkiksi eroteta, vaan he *siirtyvät* toisiin tehtäviin. Samoin laitoksia ei lakkauteta, vaan ne *yhdistyvät*. (Karvonen 1999, 154–155.) Tulkintani mukaan kyseiset sanat eivät ole toistensa erikaikuisia synonyymeja, vaan ne tarkoittavat aivan eri asioita. Eri ilmaisujen tulkinta kiertoilmaisiksi vaatii, että sekä tulkitsija että viestijä kuuluvat samaan kulttuuriseen viitekehykseen. Se, mitä sanoja käytetään ja mitä ei käytetä, jää näkymättömäksi henkilölle, joka ei jaa kyseistä kulttuurista taustaa. Toimijat ilmaantuvat lauseisiin, kun toiminnalla on kerättävissä irtopisteitä (Karvonen 1999, 155). Tämän työn kontekstissa se, miten asiat uutisissa nimetään, on merkityksellistä, sillä se kertoo siitä, millaisina asiat tarjoillaan lukijalle ymmärrettäviksi. Nimeämisen tarkastelu on olennaista myös teksteissä esitettyjä argumentteja tutkittaessa. Kuten aikaisemmin totesin, uutistekstin argumentteja ei aina ole esitetty tekstissä suoraan, joten niiden löytäminen vaatii tekstin tarkastelua myös sanatasolla.

Karvosen havaintojen mukaan taloustieteen alalta kirjoitettavissa teksteissä asiat esitetään aivan kuin ne olisivat objektiivisesti havaittavia faktoja, eivät kirjoittajan havainnon tai ajattelun tulosta. Taloustekstin lauseet esimerkiksi nojaavat indikatiivisen verbin ympärillä oleviin abstrakteihin toiminnan nimiin - kasvamisesta tulee kasvu, joka samalla muuttuu muutoksen kuvaajasta mitattavaksi asiaksi. (Karvonen 1999, 160–161.) Tekstissä esitettyjen tosiasioiden välillä ei myöskään ole kytköksiä, kuten konjunktioita. Asioita ei yleensä päätellä toisistaan, vaan teksti rakentuu varmojen peräkkäisten, mutta toisistaan irrallisten väittämien luetteloksi. Karvonen toteaa, että kommentoivien ja kytkevien ilmausten vähyys ja indikatiivin yleisyys osoittavat, että tekstien

keskeinen keino on kuvata asiat faktoina, jotka ovat kirjoittajasta riippumattomia. (Karvonen 1999, 160–161.)

Karvonen kirjoittaa, että talousteksteissä sisältävät yleensä abstrakteja toimintoja, jotka toteutuvat ilman varsinaista toimijaa tai alullepanijaa. Ihminen on niissä monesti läsnä vain implisiittisesti, vaikka esimerkiksi investoinnit eivät kasva tai lisäännä ilman toimijaa. (Karvonen 1999, 152.) Toimijat ilmestyvät tekstiin usein vasta silloin, kun aktiivisella tekemisellä on kerättävissä irtopisteitä. Tekijät korostuvat tilanteissa, joissa yritys järjestää, tarjoaa tai auttaa. (Emt., 155.) Sanna Valtonen (1998) huomauttaa artikkelissaan ”Hyvä, paha media”, että tekijyyden häivyttäminen tekstistä tukee myös käsiteltävien asioiden totuusarvoa, sillä se ruokkii vaikutelmaa joukkoviestimistä tapahtumien ulkopuolisina raportoina (Valtonen 1998, 111).

Sama tosiasioiden kertomisen illuusio on voimassa journalismissa myös taloustekstien ulkopuolella. Tekstin faktapainotteisuus korostaa tekstin ja maailman saumatonta yhteyttä, jolloin kielenkäyttö pyritään näkemään maailman suoraksi kuvaajaksi. Tällaisessa tekstissä kirjoittajan rooli on ulkopuolisen toteajan, joka havaitsee kiistattomat tosiseikat ja raportoi ne sellaisinaan yleisölleen. Kirjoittaja ei esiinny tekstin tekijänä, joka voisi osoittaa valinneensa kerrottavat seikat, joka voisi kytkeä ilmiötä laajemmin yhteiskuntaan tai jopa kommentoida esitettyjä tietoja. (Karvonen 1999, 161.) Karvosen tarkastelemien kielenkäytön tapojen vuoksi on tärkeää tutkia, millaisia arvolatauksia ja argumentteja kätkeytyy näennäisesti pelkkiä faktoja sisältävien uutisten sisään. Juuri tätä haluan työn empiirisessä osuudessa selvittää. Perustellaanko irtisanomisia ja yt-neuvotteluja ja jos, millaisin argumentein perusteluja mahdollisesti luodaan. En kuitenkaan ota tässä tutkimuksessa kantaa toimittajan tietoihin tai tiedostamattomiin motiiveihin, enkä lähde esimerkiksi kriittisen diskurssitutkija Norman Faircloughin kontekstualistisille linjoille⁴ vaan pitäydyn tekstien tarkastelussa ja tulkinnassa.

3.2.2 Taloustekstin toimijat

Kaikki talouden tekstit eivät ole tyystin vailla toimijaa, mutta tällöinkin toimija on harvoin ihminen (Karvonen 1999, 156). Erityisesti silloin, kun teksteissä esitetään vaikutussuhteita ja aiheuttajia, syntyy ilmauksia, joissa toimijan roolin ottavat abstraktit käsitteet kuten *lama*, *tulosvastuu*, *Suomen*

⁴ Norman Fairclough (1992) tarkastelee kirjoittajan roolia tekstissä interdiskursiivisuus-käsitteen avulla. Interdiskursiivisuudessa on kyse siitä, miten kirjoittaja osoittaa olevansa tietoinen tekstistään ja sen konteksteista, miten kirjoittaja suhtautuu tekstin tavoitteisiin, sen ympärille rakentuvaan lukijakuntaan ja tiedostaa omat valintansa tekstin tekijänä. Vaikka aihe on mielenkiintoinen myös argumentaation tutkimuksen kannalta, pysyn silti argumenttien tarkastelussa tekstin tasolla.

uskottavuus ja kansainvälinen kilpailu. Kun tällaiset abstraktiot saavat tekstissä aktiivisen toimijan roolin, ne alkavat toimia itsenäisinä: ne vaativat, aiheuttavat ja velvoittavat ympäristöään. Karvosen mukaan tällaisella tavalla käyttäytyviä itsenäisiä olioita ei voida paimentaa, käskeä tai edes arvioida. Abstraktien substantiivien esittämien vaatimusten perusteluiksi nousevat substantiivien mukanaan kuljettamat arvovaraukset. (Emt., 156.) Kun esimerkiksi *talouden taantuma* alkaa vaatia yrityksiltä tiettyjä toimia, vaatimukset pohjaavat niihin arvoihin, joita kyseisessä yhteiskunnassa siihen liitetään. Karvonen sitoo teksteissä näkyvät abstraktit toimijat myös tämän tutkimuksen kannalta tärkeisiin perusteluihin ja argumentointiin seuraavasti:

Silloin kun kansainvälistä kilpailukykyä käytetään perusteena, vedotaan siis samalla myös niihin näkymättömiin argumentteihin, jotka perustelevat sen, että kilpailukyky on hyvä asia (Karvonen 1999, 157).

Karvosen tekstistä löytyy toinenkin suora kytkös tutkimukseni kohteena oleviin argumentteihin. Hän toteaa, että asiantuntijan arvovaltaa rakennetaan kielen tasolla. Keinoina tässä ovat esilläolo, ammattikieliset termit ja asiantuntijan kyky selittää tarvittaessa ammattisaloja asiaa ymmärtämättömille. (Karvonen 1999, 163.) Asiantuntijuuden korostaminen uutisissa nivoutuu osaksi argumenttien tutkimista juuri asiantuntijoiden esittämien painavien tulkintojen kautta.

Sanomalehtien taloussivut eroavat taloustieteellisistä teksteistä siinä, että edellisissä on huomattavasti enemmän toimijoita kuin jälkimmäisissä. Karvonen kuitenkin huomauttaa, että vaikka toimijoita on runsaasti, heidän roolinsa ovat kovin yksipuoliset. Taloussivujen hahmot esiintyvät yleensä asiantuntijoina, jotka selittävät ja tulkitsevat mutkikasta todellisuutta. Asiantuntijoiden tietäjämäisyyttä korostaa myös se, että he saavat hyvin vapaasti esittää puheensa suoraan lukijoille, joko suorina sitaatteina tai selvästi osoitettuna referaatteina. Asiantuntijoiden sanomaa ei talousuutisessa yleensä kritisoida tai kyseenalaisteta. (Karvonen 1999, 161.)

Taloustekstille on edelleen tyypillistä se, että abstraktit tapahtumien aiheuttajat saavat inhimillisiä, joskus jopa jumalaisia piirteitä (Karvonen 1999, 158). Myös Hurmeranta (2012) nostaa esiin ajatuksen taloudesta yhteiskunnan uutena jumal- tai yläkäsitteenä. Hurmeranta toteaa, että talous itsessään on yläkäsitteenä koko ajan vahvistanut asemaansa yhteiskunnallisessa keskustelussa ja päätöksenteossa – sen on jopa väitetty ohittaneen politiikan. Talouden merkityksen kasvaminen yhteiskunnallisessa päätöksenteossa on vahvistanut myös talousjournalismin asemaa. (Hurmeranta 2012, 34.) Hurmarannan tavoin jumalkäsitettä pohtii myös Koistinen (2003). Koistinen esittelee yhden keskeisen uuden retoriikan edustajan Kenneth Burken näkemyksen, jonka mukaan raha on modernien länsimaisten yhteiskuntien jumalkäsite eli sellainen termi, joka itsessään riittää syyksi ja

seuraukseksi. Asioiden määrittelemineen rahassa riittää sellaisenaan perusteluksi, eikä mitään muuta ole tämän jälkeen tarpeen sanoa. (Ks. Koistinen 2003, 60.)

Oman aineistoni osalta on mielenkiintoista tarkastella, onko asiantuntijan rooliin asetettua henkilöä kritisoitu tai haastettu talousuutisen sisällä. Asiantuntijoiden asemaa talousuutisten pääasiallisina toimijoina on syytä pohtia tarkemmin, sillä talouden asiantuntijoilla on useita rooleja suhteessa talousuutiseen. He ovat usein samaan aikaan toimittajien lähteitä, yritysmaailman toimijoita ja talousjournalismin erityisyleisöä. Lisäksi he pääsevät määrittämään, mitkä tulkinnot ja argumentit talouden tilasta, irtisanomisten syistä tai mahdollisista ratkaisuista pääsevät esille. Käsittelen asiantuntijoiden roolia talousuutisessa laajemmin seuraavassa alaluvussa.

3.2.3 Talousuutisen sidosryhmät ja erityisyleisö

Tässä alaluvussa käsittelen sitä, ketkä hallitsevat talousuutisten julkisuutta, kenelle talousuutiset puhuvat ja miten talousjournalismin sidosryhmät näkyvät uutisoinnissa. Roolien ja kytkentöjen avaaminen on työni kannalta hedelmällistä, sillä siinä kiteytyy yksi sen keskeisistä teemoista, nimittäin puolueettoman journalismin, talouden erityisjulkisuuden ja yrityksen kriisin risteyskohta. Roolien tarkastelu myös taustoittaa tutkimuskohteeni eli irtisanomisuutisten argumenttien tutkimista ja analysointia.

Kuten aikaisemmassa luvussa toin esiin, talousjournalismi on oma erityisjulkisuutensa journalismin yleisjulkisuuden sisällä. Sillä on myös oma erityisyleisönsä uutisten lukijakunnassa (ks. esim. Koistinen 2003, 54; Hujanen 1990, 49). Koistisen mukaan esimerkiksi Helsingin Sanomien talousosasto kertoo talouselämästä lähinnä siitä ymmärtäville ja talousasioista päättävälle ihmisille. Hujanen menee pidemmälle linjaamalla, että talousjournalismi ylipäätään ei ole kenen tahansa julkisuutta, vaan se on ainoastaan talouselämän johtotehtävissä toimivien, hyvin koulutettujen ja hyvätuloisten ihmisten julkisuutta (Hujanen 1990, 49). Taloussivuilla asiantuntijat pääsevät käyttämään julkista määrittelyvaltaa. Ja kun taloutta hallitsevat uutissivuilla asiantuntijat, taloudesta tulee asiantuntijoiden taloutta – juuri sellaiseksi talousjournalismi pyritään Taisto Hujasen mukaan myös esittämään. Tältä pohjalta mediajulkisuuden esittämä talous on siis taloudellisten lainalaisuuksien ja niiden tulkitsijoiden taloutta (Emt., 58.) Asetelma herättää kysymyksen, miten tämä erityisyys kenties näkyy talousuutisissa esitetyissä argumenteissa. Tätä yritän avata omassa tutkimuksessani.

Hujasen mukaan talousjournalismi jättää tavallisen lehden lukijan tehtäväksi yrittää itse ymmärtää, mitä taloudessa tapahtuu ja miten tapahtumat vaikuttavat hänen omaan elämäänsä. Talousuutisten

erkaantuminen lukijoiden arjesta on omiaan saamaan lukijat entisestään karttamaan vaikeaksi miellettyjä talousaiheita ja jättämään talouden ”niiden hoitoon, joille se *todella* kuuluu”. (Hujanen 1990, 58.) Talousuutisen eriytyneestä yleisöstä kertoo myös se, että monimutkaisia syy-seuraussuhteita ei kirjoiteta auki, vaan oletuksena on, että lukijoilla on tarvittava esiymmärrys uutisoiduista asioista. Tällaisessa asetelmassa talous jäsentyy ihmisen arjesta irralliseksi ilmiöksi. Talousosastolla tavalliset ihmiset ovat vain statistoja. Mikäli ihmisiä mainitaan, he ovat numeroita tai talouden päättäjiä. (Koistinen 2003, 54.) Silloin harvoin, kun tavallinen ihminen on mukana talousjutuissa, hän on yleensä mukana kuluttajakansalaisen roolissa (Hujanen 1990, 49). Vaikka Hujasen esittämät ajatukset talousjournalismista ovat jo lähes kolmen vuosikymmenen takaa, niillä on mielestäni edelleen relevanssia.

Karvosen (1999) mukaan asiantuntijat edustavat talousteksteissä itseään ja omaa asiantuntemustaan. Jos tekstissä on auktoriteettien ja asiantuntijoiden lisäksi muita henkilöitä he esiintyvät yleensä ”lajinsa” edustajina, kuten ostajina, kuluttajina, kansana tai irtisanottuina. Olennainen ero yksilöidyn asiantuntijan ja jonkin lajin edustajan välillä on, että asiantuntija-auktoriteetti saa yleensä esittää tulkinnan, oikean ratkaisun tai kannanoton. Sen sijaan kansalaismassaa edustavan tavallisen ihmisen tehtävänä on antaa ilmiölle kasvot ja auttaa lukijaa paremmin ymmärtämään abstraktia tai vaikeaa ilmiötä. (Karvonen 1999, 163.) Peilaan empiirisessä osuudessani Karvosen, Koistisen ja Hujasen havaintoja tavallisen ihmisen roolista taloussivujen irtisanomisuutisoinnissa rakentuviin rooleihin. Irtisanomisuutisissahan tavallinen ihminen on mukana poikkeuksellisessa tilanteessa – työntekijänä, jonka työpaikka on uhattuna. Kun tarkastelen näissä uutisissa esitettyjä argumentteja, pääsen samalla kurkistamaan, millaiseen rooliin ”tavalliset kansalaiset” niissä asetetaan ja miten heidän kantojaan tuodaan esiin.

Tämän tutkimuksen kohteena oleva talousjournalismin alalaji, eli irtisanomisuutisointi poikkeaa laajemman talousjournalismin puhetavoista siinä suhteessa, miten paljon tavalliset ihmiset pääsevät uutisissa ääneen. Esimerkiksi Antinin, Pesosen ja Rajalan pienoistutkimuksen aineistosta käy ilmi, että tavallisia työntekijöitä haastatellaan irtisanomisuutisten yhteydessä suhteessa enemmän kuin työnantajaosapuolta (Antin, Pesonen & Rajala 2006, 101–102). Tulos voi selittyä sillä, että tavallinen ihminen on irtisanomisuutisissa eri tavalla osallinen tapahtumiin kuin esimerkiksi valtion velkaa käsittelevässä talousuutisessa. Tutkijat nostivat aineistostaan havainnon, että vaikka työntekijät ovat määrällisesti hyvin edustettuina, he eivät ole mukana tasa-arvoisissa rooleissa. Työntekijöiden tehtävänä on antaa talouden tapahtumalle kasvot. Käsittelen Antinin, Pesosen ja Rajalan tutkimustuloksia laajemmin irtisanomisuutisoinnin tutkimusta käsittelevässä alaluvussa 3.3.

Koska talousjournalismi käsittelee yleisjournalismia suppeampaa aihealuetta ja lähestyy sitä taloudellisen logiikan näkökulmasta, monet tutkijat ovat pohtineet taloustoimittajan suhdetta käsittelemisiinsä aiheisiin. On jopa väitetty, että taloustoimittajat ovat talouden vahtikoirina toimimisen sijaan ryhtyneet taloudellisen eliitin sylikoiriksi (esim. Hujanen 1990; Kjær & Slaatta 2007; Kunelius 2003). Siksi pohdin tämän alaluvun lopuksi hieman taloustoimittajan roolia suhteessa sidosryhmiinsä.

Käytännön työn tasolla talousjournalismi puristuu lukuisten eri vaatimusten väliin. Yhtäältä sitä ohjaavat journalistiset periaatteet, toisaalta uutisoinnin lähteenä ja yleisönä olevien talouden toimijoiden intressien huomioiminen ja lopulta lukijoiden palveleminen. Omaa emoyritystä käsittelevän irtisanomisuutisoinnin yhteydessä talousjournalisti joutuu ottamaan työssään huomioon myös oman itsesensuurinsa sekä yrityksen sisältä tulevan paineen. Hurmeranta toteaa väitöstutkimuksessaan, että talousjournalismiin pätevät samat lainalaisuudet kuin mihin tahansa muuhun journalismiin (Hurmeranta 2012, 27). Hän kuitenkin nostaa esiin myös Kjærin ja Slaatan näkemyksen, joka kritisoi tällaista ajatusta idealistisuudesta. Tutkijat Kjær ja Slaatta kirjoittavat teoksessaan *Mediating business*, että taloustoimittajat samastuvat usein enemmän business-yhteisöön ja tekevät ratkaisujaan enemmän tämän viiteryhmän arvomaailman mukaisesti kuin journalististen käytäntöjen mukaan (Kjær & Slaatta 2007, 16–17).

Myös Hujanen (1990) huomauttaa, että taloustoimittajat samaistuvat liikaa lähteisiinsä. Hujanen suomii vuonna 1990 ilmestyneessä tekstissään taloustoimittajia siitä, että talousjournalismi on ollut vain ”yritysten tiedotteiden muokkaamista palstantäytteiksi tai yritysjohtajien, poliitikkojen ja asiantuntijoiden referointia”. (Emt., 46–47.) Talousjournalismi määrittyy talouden päättäjien ja asiantuntijoiden yhteiseksi talouselämäksi ja muuntuu näin samalla heidän erityisintressiensä julkisuudeksi (Koistinen 2003, 54–55). Oman tulkintani mukaan erityisintressien sävyttämässä julkisuudessa piilee se ongelma, että kyseiset intressit voivat pyrkiä ajamaan journalististen intressien ohi.

Talousjournalismille voi kuitenkin asettaa myös muita vaatimuksia kuin edellä jo mainitut. Talousjournalismilta voidaan itse asiassa vaatia osajulkisuutena samoja päämääriä kuin journalismilta yleensä. Omasta mielestäni talousjournalismissa olisi sijaa myös talouden ilmiöiden laajemmalle kriittiselle pohdinnalle. Varsinkin tutkimuskohteeni eli irtisanomisuutisoinnin tapauksessa analyysille ja taustoitukselle olisi suoranaista tilausta. Lukijoiden kannalta jutuista olisi kiinnostavaa ja tärkeää saada irti muutakin kuin irtisanottujen määrä ja säästyneet henkilötyövuodet. Erityisesti vasten Hujanen ajatusta talousjournalismista markkinatalouden pönkittäjänä on mielestäni

tarpeellista tutkia sitä, millä tavoin talousjournalismi tätä reviiriä käytännössä vahtii. Seuraavassa alaluvussa puran hieman talousjournalismin etiikan kehittymistä.

3.2.4 Talousjournalismin etiikka

Mikkosen mukaan 1970-luvulla suomalaisessa talousjournalismissa tapahtui vahvaa ammatillistumista. Ammatillistumiskehitys johti siihen, että taloustoimituksissa alettiin pyrkiä yritysten toiminnan omaehtoisempaan analysointiin. (Mikkonen 1998, 135.) Tutkija Marketta Majapuro (2006) kirjoittaa teoksessaan *Talousjournalismi: historiaa, teoriaa, käytäntöä*, että taloustoimittajien ammatillistumiskehitys jatkui 1990-luvulla, jolloin talousjournalismille oli tyypillistä kriittinen suhtautuminen omiin tuotoksiin ja kriittinen suhtautuminen käsiteltäviin aiheisiin (emt., 22). Taloustoimittajien ammatillistuminen virisi jo 1940-luvulla, kun Taloustoimittajat ry:n perustettiin vuonna 1948.⁵ Taloustoimittajat noudattavat journalistin ohjeiden lisäksi pörssieettisiä suosituksia, jotka kerrotaan Taloustoimittajat ry:n verkkosivuilla. Yhdistys ei kuitenkaan valvo yhteisten pelisääntöjen noudattamista. (Taloustoimittajat ry, historia, verkkolähde.)

Muun muassa Taloustoimittajat ry:n puheenjohtajana toiminut Risto Johnson on pohtinut talousjournalismigenren sisäistä etiikkaa ja siihen kohdistettuja ammatillisia odotuksia artikkelissaan ”Talousjournalismi ja talouden ympäristön muutos” (1990). Hän pyrkii hahmottelemaan talousjournalismin ideaalia ja pohtii journalismin ja sen tutkimuksen välistä suhdetta. Johnson puhuu ideaalista, mutta tiedostaa hyvin, että ideaali ei voi ikinä toteutua puhtaana reaali maailmassa. Toisin kuin Majapuro, Johnson ajattelee tuon ajan talousjournalismin olleen ammatillistumiskehityksestä huolimatta kritiikitöntä. (Johnson 1990, 71.) Tulkintoihin saattaa vaikuttaa se, että heidän tutkimuksensa sijoittuvat ajallisesti noin 15 vuoden päähän toisistaan. Valtavirran talousuutiset ovat Johnsonin mukaansa olleet lähinnä päättäjien suoraa tai toimittajien välittämää puhetta taloudesta suurelle kansalle. (Johnson 1990, 71.) Johnson linjaa, että kriittisyyden vaatimus on siis talousjournalismissa perusteltua, siinä missä muussakin journalismissa. Hän esittää viisi eri näkökulmaa, joista talousjournalismia voidaan kritisoida. (Johnson 1990, 64–65.)

Johnsonin esittämistä kritiikin kohdista kolme ensimmäistä ovat relevantteja myös oman tutkimukseni kannalta. Johnsonin esittelemä talousjournalismin kritiikki kohdistuu lähinnä talousjournalismin itsenäisyyteen ja kriittisyyteen. Tämän tutkielman kannalta olennaista on

⁵ Taloustoimittajat ry:n toiminta alkoi kerhomuotoisena vuonna 1948. Kerho rekisteröitiin vuonna 1952. Kerhon toiminta oli pitkään miespainotteista. Naisia kerho alkoi hyväksyä jäsenikseen vuonna 1969, ja ensimmäisen naispuheenjohtaja valittiin vuonna 1979. Vuonna 1991 vuosikokous muutti kerhon nimen Taloustoimittajat ry:ksi. (<http://taloustoimittajat.fi/fi/historia/>)

tarkastella sitä kritiikkiä, jota talousjournalismi kohtaa ja peilata näitä havaintoja tutkimukseni tuloksiin. Johnsonin (1990) ensimmäisenä esittelemän kritiikin kärki kohdistuu talouden yliotteeseen politiikasta ja kansalaisyhteiskunnasta talousjournalismissa. Kansalaisia kohdellaan kritiikin mukaan talousjournalismin piirissä kuin tahdottomia objekteja ja taloustoimittajat omalla journalismillaan halveksivat politiikkaa ja kansalaisyhteiskuntaa.

Toinen kritiikin näkökulma kumpuaa ajatuksesta, että taloustoimittajat ovat epäkriittisiä yhteiskunnan todellisten vallankäyttäjien edessä ja että he nauttivat omasta asemastaan valtakurssin pönkittäjinä. Kolmas kritiikin näkökulma talousjournalismia kohtaan on, että toimittajat ovat taloudellisen tiedon sisäpiiriläisiä ja liukuvat tämän takia mukaan yhteiskunnan eliittikartelleihin. (Johnson 1990, 65.) Kaiken kaikkiaan kritiikki kumpuaa nähdäkseni pitkälti journalismille asetetuista yleisistä arvoista, joiden mukaan journalismin tulee olla kriittistä, riippumatonta ja tukea yleistä keskustelua sekä demokratiaa.

Johnsonin näkemys on, että maalaisjärjen seuraaminen voi talousjournalismissa johtaa siihen, että toimittajat alkavat toistaa vallanpitäjien määritelmiä, jolloin näiden maalaisjärjestä tulee samalla talousjournalismin järkeä. Talouden kielelle sokeudutaan, sen sijaan, että erikoiskieltä pyritäisiin yleiskielellistämään ja tekemään helpommin ymmärrettäväksi. (Johnson 1990, 75.) Johnson kuvailee talousjournalismia seuraavasti:

Olettaisin, että journalistit työssään useimmiten samaistuvat vallanvaalijoiden järkeen, mikä tarkoittaa arvot ja päämäärät annettuina ottavaa sopulijournalismia. Käsittelee taloustiede nimenomaan päämäärärationaalia käyttäytymistä ja talousjournalismin puheenparsi sulautuu luontevasti ekonomistin munkkilatinaan. (Johnson 1990, 75.)

Johnsonin mukaan tietolähteen ja toimittajan välinen suhde on noussut kysymykseksi erityisesti uutiskilpailun kiristyttyä. Samaan aikaan kuitenkin myös toimittajien ammattitaito ja koulutustaso ovat vahvistuneet. Johnson toteaa, että professionalismin vahvistuessa juuri etäisyydenotto vallankäyttäjiiin muuttuu ammattitaidon kriteeriksi. (Johnson 1990, 70.) Taloustoimittajat saavat käsiinsä paljon ajankohtaista tietoa talouden sisäpiirin toiminnasta ja yritysten tilasta. Talousjournalismin sisäpiirietikan suhteen onkin sanottu, että eettinen sääntö on toimittajien tapauksessa hyvin selvä: siitä, mitä omistat, et voi kirjoittaa. Toimittajana työskentelevän salkunpyörittäjän tulee siis luopua jommastakummasta roolistaan. (Johnson 1990, 71.) Taloustoimittajat ry:n verkkosivuilla julkaistussa pörssieettisessä suosituksessa sanotaan, että taloustoimittajan ei pidä käsitellä aiheita, joihin liittyy henkilökohtainen hyötymisen tarkoitus. Tämä

näkyä erityisesti taloustoimittajan käymässä arvopaperikaupassa, jossa avoimuus ja läpinäkyvyys ovat lähtökohtia toimittajan oman työn uskottavuudelle. (Taloustoimittajat ry, pörssieettinen suositus, verkkolähde.)

Sisäpiiritiedon väärinkäyttäminen on kielletty laissa, mutta Taloustoimittajat ry korostaa, että ammattikunnan maineen ja uskottavuuden vuoksi on syytä toimia korostetun varovaisesti osakekaupoissa, jotka koskevat yhtiöitä, joista toimittaja tekee juttuja. (Taloustoimittajat ry, pörssieettinen suositus, verkkolähde).⁶ En pureudu tässä tutkimuksessa siihen, pitäisikö taloustoimittajan kirjoittaa auki omat sidonnaisuutensa juttuun varsinkin, jos esimerkiksi Helsingin Sanomien toimittaja on myös Sanoma-konsernin osakkeenomistaja. Tarkka ohjenuora saa kuitenkin pohtimaan sisäpiirietiikkaa myös tutkimusasetelmani kaltaisessa tilanteessa. Mikä on toimittajan vastuu silloin, kun hän kirjoittaa työnantajayrityksensä irtisanomisista ja yt-neuvotteluista?

Sisäpiirietiikan lisäksi Johnson määrittelee talousjournalismin ideaalille muitakin ohjenuoria. Johnsonin mukaan journalistin tehtävä ei ole itse muodostaa parasta argumenttia tai lukkoon lyötyjä totuuksia, vaan hänen pitäisi jättää areena avoimeksi eri näkökulmille ja keskustelulle. Erityisesti silloin, kun kyseessä on suurelle yleisölle tarkoitettu joukkoviestintäväline, talousjournalismin tehtävänä tulisi olla erityisyleisön diskurssin kääntäminen arkikielellä kommunikoitavaksi järjenjuoksuksi. (Johnson 1990, 76).

Lukijoilleen talousjournalismi on myös erittäin tärkeä taloudellisen informaation lähde. Koistisen mukaan onkin kuvaavaa, että talousjournalismi on luonteeltaan tulevaisuuteen suuntautunutta. (Koistinen 2003, 54–55.) Talousuutisten taustalla vallitsee yhteisymmärryksen alue, josta osapuolten ei tarvitse erikseen neuvotella. Tämän alueen keskiössä ovat erityisesti taloudellinen voitto, kasvu ja kilpailu. Keskeisimmäksi arvoksi nähdään tehokas talouselämä, eli viimekädessä raha, joka itsessään riittää sekä syyksi että seuraukseksi. (Koistinen 2003, 55.) Haluan tarkastella tätä piirrettä myös oman aineistoni tapauksessa. Miten ilmiö näkyy talousuutisoinnin alalajissa irtisanomisuutisessa: Onko esitettyjen argumenttien sisäänrakennettu perustelu juuri taloudellisessa kannattavuudessa ja rahassa?

3.3 Irtisanomisuutisoinnin tutkimus

Tässä alaluvussa käsittelen sitä, miten irtisanomisuutisointia on aikaisemmin tutkittu. Aikaisempaan tutkimukseen perehtymällä voin peilata tutkimuskysymyksiäni sekä tutkimukseni perusasetelmia

⁶ Taloustoimittajat ry suositaa esimerkiksi, että toimitukset laatisivat ja julkistaisivat omat sääntönsä arvopaperikaupasta omistusten ja sidonnaisuuksien läpinäkyvyyden parantamiseksi. (http://taloustoimittajat.fi/fi/porssieettinen_suositus2/)

aikaisemmin tehtyihin havaintoihin. Aikaisempaa tutkimusta kartoittaessani huomasin, että irtisanomisuutisointia on journalistisesta näkökulmasta tutkittu varsin vähän. Tiedotusoppia ja journalismintutkimusta useammin irtisanomisuutisointia on tutkittu yritysviestinnän näkökulmasta. Irtisanomisia on tutkittu erityisesti kauppa- ja hallintotieteiden saralla.

Aikaisempaa tutkimusta on tehty muun muassa irtisanottujen näkökulmasta, jolloin aiheeksi on valittu muun muassa työntekijöiden selviytyminen irtisanomisten jälkeen (esim: Poijula & Ahonen 2007; Koistinen, Salin & Tikka 1987) tai se, miten irtisanomiset vaikuttavat eri-ikäisenä irtisanottuihin (Kurvinen, Jolkkonen, Koistinen, Lipiäinen, Nummi & Virtanen 2016) tai miten irtisanomiset vaikuttavat irtisanottujen naisten tilanteisiin (Hokkanen 1993). Esimiehen asemaa ja roolia irtisanomistilanteessa on tutkittu muun muassa teoksessa *Kun joudut irtisanomaan* (Kurtén & Waaralinna 2015).

Veikko Koski (2005) on Jyväskylän yliopiston pro gradu -tutkielmassaan tarkastellut irtisanomisilmoituksen ja sitä seuraavan irtisanomisuutisoinnin vaikutusta yritykseen. Kosken työ ”Irtisanomisilmoituksen vaikutus yhtiön osakekurssiin” tarjoaa omalle tutkimukselleni taloudellisen viitepisteen. Kosken saama tulos oli, että irtisanomisilmoitus aiheutti negatiivisen markkinareaktion kaikissa hänen tarkastelemissaan yrityksissä. Markkinareaktio oli negatiivinen silloinkin, kun irtisanomisten taustalla olivat tehostamistoimet. Mielenkiintoinen havainto oman tutkimukseni kontekstissa oli, että sijoittajat eivät Kosken tutkimuksen mukaan usko irtisanomisten parantavan yrityksen tulevaisuuden näkymiä toiminnan – tehostamistavoitteista huolimatta (Koski 2005, 50). Kosken (tosin suppea) tarkasteluaineisto antaa pohjaa sille olettamalle, että irtisanomiset ovat yrityksen kannalta negatiivinen uutistapahtuma. Eikä se, miten irtisanomisista kirjoitetaan, ole yrityksen kannalta yhdentekevää.

Kiia Koliseva (2013) on tutkinut Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulun puolella talouselämän viestinnän pro gradu -tutkielmassaan irtisanomisuutisoinnin metonymistä tekijyyttä. Tutkielmassaan hän selvittää, millaiseksi kokonaisuudeksi yritys hahmottuu irtisanomisia koskevissa tiedote- ja sanomalehtiteksteissä ja millaisilla sanoilla yritykseen viitataan (Koliseva 2013). Kolisevan tutkielma liippaa jo hieman lähempää journalismia, mutta pysyttelee silti tiukasti kaupallisissa ja liiketaloudellisissa lähtökohdissa.

Tiedotusopillisessa tutkimuksessa työttömyyttä on käsitelty esimerkiksi lukijan palvelemisen näkökulmasta. Pertti Vehkalahti tarkasteli vuonna 2002 julkaistussa lisensiaatin työssään Aamulehden työttömyyttä käsittelevää teemasivua, jota julkaistiin 1990-luvun laman jälkimainingeissa (Vehkalahti 2000). Tässä tutkimuksessa pääfokuksessa ei kuitenkaan ollut

irtisanomisuutisointi, vaan siinä tarkasteltiin työttömyyden esittämistä ja työttömien esiin pääsyä kyseisillä sivuilla. Huomattakoon, että suuri osa omaan tutkimusaiheeni sivuavasta, Suomen irtisanomisista käsittelevästä tutkimuksesta on pro gradu -töitä. Esittelen seuraavaksi muutaman työni kannalta olennaisen tutkimuksen.

Tiina Uotilan (2010) pro gradu -työ ”Irtisanomisuutisoinnin anatomia” käsittelee metsäteollisuuden irtisanomisten uutisdiskursseja eri medioissa. Hänen tutkimusasetelmansa on omani naapurustossa, sillä hän katsoo irtisanomisuutisointia erillisenä kokonaisuutena ja todellisuuden rakentamisen välineenä (Uotila 2010, 18). Uotila esittelee tutkielmassaan Maija Sormusen irtisanomisuutisointia koskevan liiketaloustieteen pro gradu -työn vuodelta 2007. Sormunen on tarkastellut retoristen keinojen avulla sitä, miten yritykset perustelevat irtisanomisiaan julkisuudessa irtisanomisuutisoinnin yhteydessä (ks. Uotila 2010, 18). Sormusen tutkielma viistää läheltä omaa tutkimustani niin aiheensa kuin menetelmänsäkin osalta. Hänen näkökulmansa on kuitenkin toinen ja kohdistuu niihin perustelun keinoihin, joilla yritykset viestivät irtisanomistensa tarpeellisuudesta. Oma tutkimukseni kohdistuu journalismiin, joten tutkimuksen lähtökohdatkin ovat erilaiset. Sormusen yritysviestinnän näkökulma on silti työni kannalta olennainen, sillä journalistisen alan irtisanomisista uutisoiminen on samalla sekä journalismia että yrityksen kriisiviestintää. Tutkimuksessani pyrin Sormusen tavoin pureutumaan irtisanomisten perusteluihin uutistekstissä, joskaan en tarkastele perusteluita irtisanovan yrityksen vaan journalismin suunnasta.

Irtisanomisuutisointia ovat tutkineet myös Niko Antin, Heidi Pesonen ja Vilho Rajala. Tutkijat kirjoittavat aiheesta yhteisessä artikkelissaan ”Maakuntalehdet ja globalisaation tsunami. Irtisanomisuutisoinnin ansiot ja ongelmat” (2006). Pienoistutkimuksen aineisto koostuu Aamulehden, Turun Sanomien ja Etelä-Suomen Sanomien uutisoinnista, joka koski Suomessa vuonna 2005 läpikäytyjä suuria irtisanomisista. Tutkijat tarkastelivat irtisanomisista kolmen hyvälle journalismille ominaisena pidetyn piirteen – asian ymmärrettävän ja konkreettisen selittämisen, kriittisyyden ja moniäänisyyden – avulla. (Antin, Pesonen & Rajala 2006, 94.) Oman tehtävänasetteluni kannalta kaikki mainitut näkökulmat ovat olennaisia, kun tuon empiirisessä analyysissä rinnakkain journalistisen etiikan ja työn käytännöt sekä yt- ja irtisanomisuutisissa käytetyt argumentit.

Asian konkreettista selittämistä tutkijakolmikko käsittelee tarkastelemalla, miten lehdet onnistuvat tekemään kirjoittelussaan ymmärrettäväksi globalisaatiota, sen syitä ja seurauksia. Oma huomioni keskittyy irtisanomisten perusteluihin, eli niihin argumentteihin, joita uutisissa käytetään. Po. tutkijoiden tavoin keskityn siis siihen, millaisella kielellä irtisanomisista puhutaan. Uutisten

kriittisyyttä Antin, Pesonen ja Rajala tarkastelevat tutkimalla, kuinka annettuna irtisanomisilmoitukset kirjoittelussa otetaan. He arvioivat kriittisyyttä myös otsikoiden, kuvien ja kirjoittelun sävyä analysoimalla. Tutkijat esittävät aineistolle kysymyksiä, kuten: Etsitäänkö tapahtuneelle mahdollisia vaihtoehtoja? Ketkä esitetään päätösten tekijöiksi, ja mitä perusteluja päätöksille osoitetaan? Ymmärretäänkö vai tuomitaanko? (Antin, Pesonen ja Rajala 2006, 94.) Moniäänisyyttä tutkiessaan tutkijat kiinnittävät huomiota siihen, missä määrin irtisanomisten eri osapuolet pääsevät jutuissa ääneen, millaisissa rooleissa heidät esitetään ja keskustelevatko osapuolet tekstissä keskenään (emt., 94–95). Samoja kysymyksiä pohdin argumenttien näkökulmasta myös oman tutkimukseni eri vaiheissa.

Antin, Pesonen ja Rajala (2006) havaitsivat, että moniäänisyys ilmenee irtisanomisia käsittelevissä uutisissa siten, että haastateltavia etsitään juttuihin paljon, mutta he eivät juuri keskustele keskenään jutun sisällä. Aineiston jutuissa työntekijäpuolta haastatellaan useammin kuin työnantajia. Tutkijoiden mielestä tutkimustuloksissa on huomionarvoista, että vaikka työntekijöitä on haastateltu eniten, varsinaisessa tekstissä työnantajien repliikit saavat enemmän painoarvoa. Kirjoittelussa johtoporras edustaa järkeä, logiikkaa ja perusteluja, työntekijäpuoli tunnetta, kiukkua ja turhautumista. Työnantajapuoli selvittää tapahtunutta, työntekijät esitetään uhreina, joiden tehtävä on antaa tapahtumalle inhimilliset kasvot. (Emt., 101–102.) Antinin, Pesosen ja Rajalan tutkimuksen perusteella suuria irtisanomisia käsittelevät uutiset siis poikkeavat osittain talousjournalismille tyypillisestä elitistisestä puhetavasta. Tämä huomio antaa yhden kiinnepisteen, johon voin peilata oman tutkimukseni tuloksia.

Antinin, Pesosen ja Rajalan (2006) aineistossa irtisanomisuutisointi oli varsin kritiikitöntä. Irtisanomiset selitettiin uutisissa ainoastaan globalisaatiolla. Globalisaation käyttäminen viimekätisenä perusteluna saa massairtisanomisen näyttämään välttämättömältä, järkevältä ja pakolliselta toimenpiteeltä. Kirjoittelussa ei kyseenalaistettu tehtyjä irtisanomispäätöksiä, ja uutisten perusolettamus tuntui olevan, että yritykset toimivat suuremman voiman pakottamina. (Emt., 99.) Näin tutkijat kuvailevat tilanteen vääjäämättömyyden tuntua:

Kirjoittelusta paistaa läpi se, että vaikka irtisanomisista järkytyttiin, ärsyynnyttiin ja masennuttiin, niille ei kuitenkaan olisi voinut mitään. Todellisen tekijän kätkevät otsikot kiteyttävät tämän väistämättömyyden diskurssin hyvin. (Antin, Pesonen & Rajala 2006, 99.)

Yhteenvetona tutkijat toteavat, että lehtien kirjoittelu oli omalaatuisella tavalla tasapuolista. Yhtäältä tutkitut uutiset olivat täynnä työntekijöiden kiukkua ja murhetta. Työntekijöitä kohtaan osoitettiin

myös empatiaa. Toisaalta yritysten ratkaisut esitettiin ymmärrettävässä valossa suhteessa talousmaailman realiteetteihin. (Antin, Pesonen ja Rajala 2006, 98.) Tutkijat havaitsivat, että globalisaatio-perustelun lisäksi uutisissa ei juuri analysoitu tilannetta tai annettu yksilöidymiä analyyseja irtisanomistapauksista. Argumentaatio-analyysin kannalta mielenkiintoinen on tutkijoiden kirjoittelussa havaitsema ”globalisaatiomöykky”. Globalisaatiomöykylä tutkijat tarkoittavat pääperustelua ja isoa ilmiötä, jota teksteissä ei käsitteenä avata lukijoille. Toisin sanoen uutisoitaessa suurista irtisanomisista globalisaationäkökulmasta unohdetaan, että jokainen tehtaan lakkauttaminen on erillinen päätös erillisine syineen ja perusteluineen. (Emt., 100.) Tässä yhteydessä tutkijat myös sivuavat oman tutkimukseni kannalta olennaisia syitä syiden takana, eli argumentteja, jotka jäävät suurten globalisaatio- ja talousmöykkyjen alle todetessaan, että

[g]lobalisaatiomöykky voidaan tehdä ymmärrettäväksi vain menemällä käsitteiden ja sanojen taakse, etsimällä ne konkreettiset syyt ja motiivit, jotka ovat juuri kyseisen irtisanomistapauksen takana (Antin, Pesonen ja Rajala 2006, 98).

Tutkimukseni tarkoitus on nimenomaisesti päästä käsiksi niihin uutisteksteissä esitettyihin argumentteihin, jotka kenties jäävät niin sanotun jumalargumentin jalkoihin. Antinin ja kumppaneiden tutkimassa kirjoittelussa jumalargumentin roolin sai globalisaatio, jonka alle kuitenkin kätkeytyi myös toisenlaisia tulkintoja irtisanomisten syistä. Irtisanomisia voidaan varmasti perustella liiketalouden kannattavuudella, mutta tässä tutkimuksessa haluan katsoa, löytyykö irtisanomisuutisista myös muunlaisia argumentteja.

4 YT- JA IRTISANOMISUUTISOINTIA TUTKIMASSA

Tässä luvussa valotan empiirisen tarkastelun kohteeksi valitsemaani aineistoa sekä niitä menetelmiä, joiden avulla olen tutkimukseni aineistoa purkanut ja eritellyt. Aineisto koostuu Helsingin Sanomissa 1.1.2012–31.12.2014 julkaistuista Sanoma-konsernia koskevista yhteistoimintaneuvottelu- ja irtisanomiskirjoituksista. Pureudun aineistoon kahden menetelmän avulla. Ensin tarkastellaan aineistoa tekstin lähiluvun avulla ja kuvailen sitä aikaisemmasta tutkimuksesta nousseiden käsitteiden kautta. Tutkimuksen toisessa vaiheessa käytän tutkimusmenetelmänä talousuutisista nousseen argumentaation erittelyä ja analysoimista eli argumentaatioanalyysia.

4.1 Aineistona Helsingin Sanomien irtisanomiskirjoitukset

Tässä luvussa avaam sekä tutkimuksen aineistoa, että niitä menetelmiä, joilla pyrin vastaamaan muotoilemaani tutkimusongelmaan ja sitä tarkentaviin tutkimuskysymyksiin. Tutkimusongelmani liikkuu journalismin etiikan ja yrityksen taloudellisten tavoitteiden välimaastossa. Pyrin tarkastelemaan, mitä tapahtuu, kun näiden kahden toiminta-alueen näkökulmat kohtaavat mediatalouden kiristyessä ja journalismia julkaisevan emokonsernin ollessa irtisanomisiin johtavassa tilanteessa. Empiiriset tutkimuskysymykseni ovat:

1) Millaista on Sanoma-konsernin yt-neuvotteluja ja irtisanomisia käsittelevä uutisointi Helsingin Sanomissa? Tarkemmin ottaen:

1A) Millaista kieltä HS käyttää kirjoittaessaan omista ja emoyrityksensä yt-neuvotteluista ja irtisanomisista?

1B) Millaisia argumentteja HS käyttää käsitellessään oman lehtensä ja Sanoma-konsernin yt-neuvotteluja ja irtisanomisia?

2) Mitä kirjoittelussa käytetyt argumentit kertovat journalismietiikan ja liiketaloudellisten tavoitteiden välisestä jännitteestä?

Valitsin Helsingin Sanomat tutkimuskohteekseni sekä lehden kansallisesti hallitsevan aseman vuoksi myös siksi, että emokonserni Sanoma Media oli media-alan vuoden 2014 suurin irtisanoja (Journalistiliitto, verkkouutinen, 2015). Sanoma Mediassa käytiin pelkästään kyseisen vuoden aikana kahdet yhteistoimintaneuvottelut, jotka johtivat 54 journalistin potkuihin. Suomen suurimpana päivittäisenä sanomalehtenä Helsingin Sanomilla on mielestäni myös erityisen suuri vastuu tuottamastaan sisällöstä ja siitä, että tämä sisältö on tuotettu journalistisia ohjenuoria noudattaen.

Koska lehti on lisäksi osa suurempaa julkaisukonsernia, se joutuu omien yt-neuvottelujen ja irtisanomistensa lisäksi uutisoimaan myös konsernin muiden medioiden tilanteista.

Aineistooni sisältyy 32 Helsingin Sanomissa julkaistua juttua, jotka käsittelevät Sanoma-konsernin yt-neuvotteluita (ks. Liite 1). Aineistossa on mukana 25 irtisanomisia ja yt-neuvotteluja käsittelevää uutista. Lisäksi kaksi uutista on yt-prosessia sivuavaa henkilöjuttua ja viisi juttua, jotka käsittelevät Sanoman alaisen Radio Helsingin lopettamisuhkaa. Kuten aikaisemmassa luvussa kerroin, tässä tutkimuksessa miellän kaikki aineistoon valikoituneet jutut uutisiksi, sillä näissä teksteissä toimittaja ei esitä mielipiteitä, kommentteja tai perusteluja aiheeseen liittyen. Tässä aineistossa ei ole mukana kirjoitusten kuvia tai kuvituksia. Tutkimukseni tarkastelee vain teksteissä ilmeneviä argumentteja. Kuvien puuttuminen tarkoittaa, että kokonaisuudesta jää osa tarkastelun ulkopuolelle, mikä pitää ottaa huomioon tutkimustuloksia arvioitaessa. Tutkimuksen pohjana käyttämäni Perelmanin retoriikkateoria, ei myöskään anna välineitä kuvien sisältämän argumentatiivisuuden tarkasteluun.

Radio Helsingin tapausta käsittelevä uutisointi muodostaa selvästi omanlaisensa kokonaisuuden. Sitä voisi jopa kutsua mediakampanjaksi, jonka avulla haluttiin estää Radio Helsingin lopettaminen. Tämän tyyppinen laajamittainen ja vahvasti asenteellinen uutiskampanja on oman kokemukseni perusteella poikkeuksellinen. Radio Helsinki -kokonaisuus ansaitsisi paljon syvemmän tarkastelun kuin tämän tutkimuksen puitteissa on mahdollista. Erityislaatuisuutensa vuoksi Radio Helsinki -kampanjan ottaminen muiden aineiston uutisten rinnalle tarkasteluun painottaisi tuloksia niin, että ne eivät enää kertoisi siitä, millaista on tyypillinen Sanoma-konsernia käsittelevä yt- ja irtisanomisuutisointi.

Tässä tutkimuksessa pidän Radio Helsingin lakkauttamisuhkaa koskevat uutiset mukana aineiston laajassa kuvassa, mutta rajaan ne ulos, kun alan analysoida tarkemmin aineistossa esitettyjä argumentteja. Tein rajauksen paitsi ajankäytöllisistä syistä myös siksi, että tarkastelen tässä tutkimuksessa nimenomaan uutisten retoriikkaa, joka, kuten olen edellä tuonut esiin, perinteisesti pyritään tekemään näkymättömäksi. Tämän vuoksi olen rajannut aineistoni niin, että siihen ei lasketa mukaan vahvasti kantaaottavia journalistisia juttuja (Radio Helsinki -kampanja) eikä myöskään mielipideosaston kirjoituksia, kolumneja tai mielipiteellisiä toimituksellisia esseitä.

Aineistoon sisältyy yksi pääkirjoitus. Kyseessä on ainoa tutkimusjaksolle osuva aiheittani käsittelevä pääkirjoitus. Helsingin Sanomien omia suuria irtisanomisia käsittelevä pääkirjoitus on mukana aineistossa, sillä se on enemmän kuin yksittäisen kirjoittajan mielipide. Hemánuksen (1972) mukaan kaupallisten sanomalehtien pääkirjoitusten ei katsota edustavan kirjoittajansa eikä edes päätoimittajan persoonallista kantaa vaan pääkirjoituksen takana on lehti instituutiona (emt., 7–8).

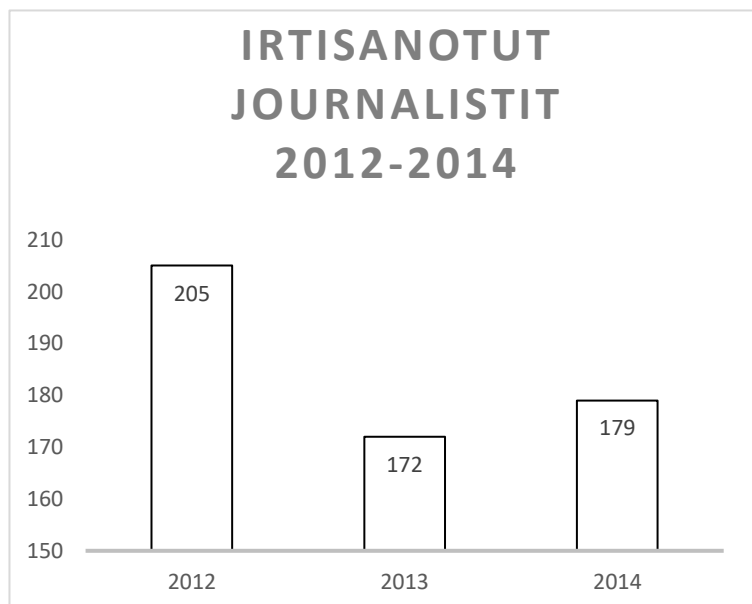
Pääkirjoitussivulla muodostetaan perinteisesti koko lehden linjaa, jolloin pääkirjoitus on yhtiön paikka perustella oman lehden irtisanomisista näkyvästi ja painokkaasti. Hemánus muotoilee pääkirjoituksen määritelmän seuraavalla tavalla:

Sanomalehden pääkirjoituksella [---] tarkoitetaan kirjoitusta, jossa lehdellä instituutina on legitiimi oikeus esittää omat arvostuksensa tai arvostusluontoiset kannanottonsa ja joissa se useimmiten niitä myös käytännössä esittää (Hemánus 1972, 5).

Keräsin aineistoni ajalta 1.1.2012–31.12.2014. Valitsin kolmen vuoden tarkkailujakson, sillä kyseisellä aikavälillä Suomessa irtisanottiin arviolta 556 journalistia (Journalistiliitto, verkkouutinen, 2015; ks. Taulukko 2). Jos lukuun laskettaisiin mukaan kaikki toimituksellista työtä tekevät irtisanotut henkilöt, määrä olisi paljon suurempi. Esimerkiksi vuonna 2014 Suomessa irtisanottiin 179 journalistia, mutta kaiken kaikkiaan irtisanotun journalistisen työvoiman arvioidaan olevan jopa 331 henkilötyövuotta. Suurimmat irtisanoja vuonna 2014 olivat Sanoma ja Yleisradio. Journalistiliiton tilastojen mukaan Sanoma-konsernin osuus irtisanotuista oli Yleisradiota suurempi. Sanoma-konsernissa käytiin vuonna 2014 kahdet yhteistoimintaneuvottelut, joiden seurauksena työpaikkansa menetti yhteensä 54 journalistia. (Journalistiliitto, verkkouutinen, 2015.)

Hain aineistoni Helsingin Sanomien sähköisestä arkistosta syyskuussa 2015. Hakujen pohjana käytin

SAK:n vuosittaisia listauksia suomalaisyritysten irtisanomisista koko tarkastelujaksoltani (SAK verkkolähde, 14.12.2016). SAK:n listaan on merkitty yt-neuvottelujen alkamis- ja päättymisajankohdan lisäksi arvioitu ja toteutunut irtisanottujen määrä sekä, mihin yrityksen osa-alueeseen yt-neuvottelut kohdistuvat. Poimin listoilta kaikki Sanoma-konsernia koskevat merkinnät yt-neuvottelujen alkamisesta ja päättymisistä. SAK on listannut sekä



Taulukko 2.

yt-neuvotteluiden alkamis- että päättymispäivän, ja koska tutkin sekä yt-neuvotteluista että irtisanomisista kirjoitettuja juttuja, otin molemmat päivämäärät huomioon hauissani.

Laajempien aineistohakujeni lisäksi tein täsmähakuja Helsingin Sanomien arkistoon SAK:n tilastosta poimimillani päivämäärillä. Etsin arkistosta lehdet, jotka ovat ilmestyneet yt-neuvottelujen alkamis- ja loppumispäivämääränä, sekä kahtena päivänä kunkin päivämäärän jälkeen. Listani ensimmäinen päivämäärä on 16.8.2012, joten laajemman haun lisäksi tutkin yksitellen 16., 17. ja 18. päivien lehdet.

Koska uutisointia on voinut olla myös tapahtumapisteiden välillä, tein lisäksi hakuja HS:n näköislehtiarkistoon erillisillä hakusanoilla ja -lausekkeilla. Käytin hakusanoinani komentoja: ”yt-neuv* AND sanom*”, ”vähentää AND sanom*” sekä ”irtisan* AND sanom*” sekä ”yhteistoimintaneuv* AND sanom*”. Yhdistin hakusanoja hakulausekkeiksi, sillä halusin rajata aineistosta pois sellaisen materiaalin, joka ei koske Sanoma-konsernia. Tämä hakutapa jättää kuitenkin aineistoon aukon. Jos toimittaja ei ole jutussaan maininnut, että tietty yritys on osa Sanoma Oyj:tä, juttu jää hakuni ulkopuolelle.

Käyttämäni SAK:n irtisanomisaineisto auttoi kuitenkin huomaamaan, mikäli jokin uutistapahtuma jäi pimentoon, ja näissä tilanteissa pystyin paikkaamaan hakua. Laajensin hakuja tarvittaessa myös tapauskohtaisesti. Esimerkiksi Kariston kirjapainon lakkauttamisesta kertovan uutisen löysin alkuperäisillä hakulausekkeillani ja SAK:n listan avulla, mutta koska halusin varmistaa, onko aiheesta kirjoitettu ennakko- tai seurantajuttua, etsin aineistoa myös koko tutkimusaikavälin lehdistä hakusanalla ”karisto*”. Uutisten lisäksi keräsin tausta-aineistokseni kaikki Sanoma-konsernin tiedotteet, joissa käsiteltiin yhtiön säästötoimia, lehtien lakkautuksia, yt-neuvottelujen käynnistämisiä sekä irtisanomisia. Myös tiedotteet antoivat osviittaa siitä, miltä ajankohdalta yt-tapahtumia pitäisi löytyä lehdestä.

Koska käsittelen journalistisen alan sisäisiä yt-neuvotteluja ja irtisanomisia, aineiston ulkopuolelle jäävät kaikki sellaiset artikkelit, jotka käsittelevät irtisanomisia ilmiönä, esimerkiksi kuluttajan näkökulmasta. Tarkasteluajanjaksoltani olisi löytynyt useita työelämä- ja kuluttaja-sivuilla julkaistuja juttuja irtisanomisista. Lisäksi keskustelua aiheesta on käyty myös yksittäisten journalistien kolumneissa ja lauantaiesseissä sekä sunnuntain pitkässä kolumnissa.

4.2 Metodina argumentaatioanalyysi

Olen edeltävissä luvuissa puhunut argumenteista, mutta en ole vielä määritellyt, mitä tässä työssä tarkoitan argumentilla. Yleisesti puhuen argumenteissa on kyse perusteluista todellisuutta koskeville kielellisille väitteille. Hyödynnän tutkimuksessani Mikko Koistisen tapaa soveltaa Chaïm Perelmanin tunnettua retoriikkateoriaa journalismin tutkimukseen. Koistinen linjaa argumentit keinoiksi ja rakennusosaksiksi, joiden pohjalta argumentaatio johtopäätöksineen rakentuu. (Koistinen 2003, 43.)

Oman tutkimukseni tarpeisiin määrittelen retoriset keinot kielellisiksi elementeiksi, joiden avulla väitteitä ja perusteluja rakennetaan.

Oma tulkintani poikkeaa kuitenkin hieman Koistisen tulkinnasta, sillä miellän argumentti-käsitteellä tarkoitettavan argumentaation johtopäätöksen lisäksi myös tekstiin syntyvää argumentatiivista kokonaisuutta. Argumentointia laajasti tutkineen Helsingin yliopiston professori Marja-Liisa Kakkuri-Knuutilan (2013) mukaan argumentilla voidaan nimittäin tarkoittaa sekä väitettä, joka tekstissä pyritään tekemään uskottavaksi että perusteluja, joilla väitettä tuetaan. Argumentilla voidaan hänen mukaansa kuitenkin tarkoittaa myös perustelun ja väitteen kokonaisuutta. (Emt., 51.) Käsitän tämän tutkimukseni puitteissa argumentin tarkoittavan juuri tuota perustelun ja väitteen kokonaisuutta. Hyödynnän tätä määritelmää tutkimukseni empiirisessä osuudessa, jossa etsin teksteistä argumentteja sanan tässä kokonaisuutta korostavassa merkityksessä.

Argumentaatioanalyysiä käytetään usein selittämään argumentaatioprosessin rakennetta ja argumentaatioissa käytettyjä strategioita (mm. Koistinen 2003; Humalamäki 2016). Koistinen erittelee artikkelissaan argumentoinnin tapoja ja ryhmittelee niitä tyypeittäin. Minua ei tässä tutkimuksessa kiinnosta, mihin luokkaan käytetyt argumentit kuuluvat, vaan olen kiinnostunut siitä, mitä argumentit pitävät sisällään. Kiinnitän toisin sanoen huomioni argumenttien sisältöön, eli siihen, millaisia väitteitä ja perusteluja irtisanomisten kaltaiseen negatiiviseen uutistapahtumaan liitetään sekä millaisiin johtopäätöksiin lukijaa pyritään teksteissä johdattamaan.

Samassa uutistekstissä voi olla useampia argumentteja, jotka eivät kuitenkaan ole keskenään samanarvoisia. Otan tarkastelussani huomioon tekstissä esitetyt eri argumentit ja asetan ne järjestykseen sen mukaan, miten paljon tietyt argumentit saavat kussakin uutisessa painoarvoa. Argumentin painoarvoon vaikuttaa esimerkiksi sen sijainti. Otsikkoon, jutun kärkeen tai aivan loppuun sijoitetut argumentit ovat painoarvoltaan suurempia, sillä ne ovat joko ensimmäisiä tai viimeisiä lukijan silmiin osuvia kohtia. Argumentin toistuminen jutussa lisää myös sen painoarvoa.

Argumentaatioanalyysiin liittyy myös haasteita. Menetelmä antaa satoja tapoja tarkastella tekstin argumentatiivisuutta, mutta tulkitsijan on itse tehtävä valinnat, joiden mukaan tekstien argumentatiivisuutta tarkastellaan. Tämä voi johtaa siihen, että eri tulkitsija valitsee saman aineiston tulkitsemiseen eri välineet, jolloin tuloksetkin saattavat poiketa toisistaan. Sama ongelma tulee vastaan myös, kun tiivistän teksteistä löytyviä argumentteja pääväitteiksi. Jussi Kajaste tuo esiin, että argumentaatioteoria ei ole rautalankamalli, jonka avulla tekstin merkitys avautuu tulkitsijalle automaattisesti. Argumentaatioteoria tarjoaa pikemminkin erilaisia välineitä argumentaation tulkitsemiseen. (Kajaste 2003, 202.)

4.2.1 Uusi retoriikka argumentaatioanalyysin lähtökohtana

Klassinen retoriikka on antiikissa kehittynyt käytännöllisen puhetaidon perinne, josta on ollut eri aikakausina kehittynyt enemmän ja vähemmän käytetty ja arvostettu tutkimusmenetelmä. Koistinen (2003) arvioi, että retoriikka on viimevuosikymmeninä kokenut renessanssin, jonka myötä on alettu puhua laajasti uudesta retoriikasta. Hänen mukaansa retoriikan ajateltiin aikaisemmin liittyvän selvästi suulliseen kulttuuriin, kun taas uudessa retoriikassa korostetaan myös tekstuaalisuutta. (Emt., 41.) Uusi retoriikka ei kuitenkaan ole yhtenäinen koulukunta vaan yhdistää eri tieteenalojen näkemyksiä. Käytän tutkimukseni pohjana Perelmanin uuden retoriikan teoriaa sellaisena kuin hän sen muotoilee *Retoriikan valtakunta* -teoksessaan (Perelman 2007). Koistinen tulkitsee, että Perelmanin retoriikkateoriaa voidaan pitää argumentointiteoriana, koska arvokysymyksistä voidaan ajatella päästävän yhteisymmärrykseen argumentoinnin avulla (Koistinen 2003, 42). Perelmanin seuraava sitaatti kuvaa, miksi teoria sopii mielestäni hyvin näennäisesti neutraalien lehtitekstien tulkitsemisen välineeksi:

Ei ole täydellisempää (retorista) kuviota, kuin sellainen, joka jää kokonaan piiloon ja jota ei lainkaan havaita kuvioksi (Chaïm Perelman 2007, 48).

Uuden retoriikan kärkinimen, filosofi ja oikeustieteilijä Chaïm Perelmanin (1912–1984) näkemys valikoitui tutkimukseni perustaksi. Hänen teoriaansa voi nimittää argumentaation tutkimukseksi, sillä se painottaa konkreettista analyysia. (Mm Koistinen, 2003, 42; Vuori 2004, 95–96.) Yksi uuden retoriikan tutkimuksen keskeisistä periaatteista on pohtia kutakin tekstiä tai tekstijoukkoa konkreettisesti yhteiskunnallisissa yhteyksissään (Vuori 2004, 95–96). Korostan itsekin uuden retoriikan kytköstä argumentaatioon ja pyrin analysoimaan tutkimuskohteenani olevaa tekstijoukkoa ympäröivän yhteiskunnan kehityksessä.

Kiteyttäen voidaan sanoa, että uudessa retoriikassa tarkastellaan niitä keinoja, joiden avulla erilaisia tekstuaalisia väitteitä tehdään uskottaviksi. Retorisen analyysin avulla pyritään tunnistamaan ja erittelemään, mitä retorisia keinoja käytetään asioiden perusteluissa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Uusi retoriikka antaa välineitä kirjoitetun sanan, kuten lehtitekstien tulkintaan.

4.2.2 Argumentaatioanalyysi journalismin tutkimuksen välineenä

Argumentaatioanalyysi pohjaa retoriseen analyysiin, joka tarkastelee, miten kielellisten prosessien kautta pyritään saamaan todellisuuden versioita vakuuttaviksi ja kuinka lukijoita tai kuulijoita koetetaan saada sitoutumaan esitettyihin versioihin (Jokinen, Juhila & Suoninen 1999, 126). Tämä

vakuuttaminen ja yleisön suostuttelu tiettyjen totuuksien taakse tekee retoriikan tutkimuksesta journalismin tutkimuksen kannalta hedelmällisen.

Lehtitekstejä, varsinkin uutisia, lukiessa usein unohtuu, että myös nämä tekstit sisältävät rakennettuja näkökulmia, valintoja ja argumentaatiota. Uutistekstin kirjoittamisen lajityyppisiin konventioihin kuuluu tekijänsä henkilökohtaisten näkemysten häivyttäminen sekä pyrkimys neutraaliuteen ja objektiivisuuteen. Journalistisessa lehtitekstissä, jossa merkkimäärät rajaavat kirjoituksen laajuutta, muun muassa sanavalinnat ja valitut lauserakenteet korostuvat entisestään. Oma lähtökohtani on, että kaikki kielenkäyttö on valintaa, ja näiden valintojen kautta tekstiin muodostuu argumentteja. Argumentaatiota analysoimalla voidaan siis päästä käsiksi kielenkäytön julkilausumattomiinkin väitteisiin ja perusteluihin. Näiden uutistekstiin piilotettujen argumenttien näkyväksi tekeminen on tärkeää, sillä journalistisesti rakennetuilla uutisilla on edelleen paljon valtaa yhteiskunnallisten asioiden määrittelyssä.

Tulkintani mukaan Perelmanin teoria on helppo sitoa lehtitekstiin myös siksi, että mallintaessaan argumentointia Perelman hyödynsi laajaa kirjoa erilaisia tekstejä, muiden muassa sanomalehtien pääkirjoituksia (Koistinen 2003, 42). Retoriikan tutkimusta tai argumentaatioanalyysia ei ole juurikaan käytetty uutistekstien tulkitsemisen välineinä (Koistinen 2003, 40). Retoriikan ja erityisesti argumentaation tarkastelu tuo kuitenkin uuden ulottuvuuden perinteisesti epäargumentatiivisina pidettyjen lehtitekstien tutkimiseen. Koistisen mukaan argumentoinnin tarkoituksena on päätyä tilanteen uudelleenmäärittelyyn ja muokkaamiseen (Koistinen 2003, 43). Tässä tutkimuksessa erotuomarina määrittelyn ja uudelleenmäärittelyn välisessä kilpajuoksussa toimii toimittaja. Asioiden julkiseen määrittelyyn liittyvä valta on erityisen olennaista irtisanomisuutisoinnissa, jossa on kyse toimittajan työnantajayrityksen kannalta negatiivisesta uutistapahtumasta ja sen määrittelemisestä.

Perelmanilainen retoriikan analyysi sopii journalismin tutkimukseen myös siksi, että se tarjoaa välineitä kielen huomaamattomienkin piirteiden retoriseen analysoimiseen. Ns. kovissa uutisissa, kuten talousuutisissa, asiat pyritään argumentoimaan kuin tapahtumat seuraisivat toisiaan vääjäämättömästi aikaisemmista tapahtumista johtuen ilman, että tehtyjä johtopäätöksiä pitää erikseen perustella. Empiirisessä analyysissäni haluan selvittää, millaisia argumentteja irtisanomisuutisessa milloinkin esitetään ja poikkeavatko lukijoille tarjotut argumentit toisistaan.

Perelmanin mukaan kielenkäyttö ei ole vapaata arvolatauksista, ja jokainen argumentti edellyttää määrättyjen tosiseikkojen ja arvojen valitsemista – niiden tietynlaista kuvaamista annetulla kielellä (Perelman 2007, 42). Kärjellään seisova lyhytkään pikku-uutinen ei ole vapaa argumenteista, sillä uutiset perustuvat aina monimutkaisesta todellisuudesta valittuihin pieniin palasiin. Lisäksi lyhyetkin

uutiset on aina kirjoitettu luonnollisella kielellä. Perinteisessä uutisjournalismissa pyritään kuitenkin viimeiseen asti piilottamaan kielenkäyttöön liittyvä valinnaisuus ja häivyttämään näiden valintojen kantaaottavuus.

Perelmanin (2007) mukaan kieltä ja sen sisältöä ei voi erottaa toisistaan. Tämä johtaa hänen mukaansa ajatukseen, että kielen muoto on aina myös sen sisältöä. Ja koska kaikki sisältö on valinnan tulosta ja kannanottoa, jokainen kielenkäytön tilanne ja kielen avulla esitetty ajatus vaatii myös argumentointia. Retorisen valinnan tekeminen on Perelmanin mukaan siis kannanotto. Tätä se on varsinkin silloin, jos yleisön on helppo nähdä, että tarjolla olisi myös vaihtoehtoisia valinnan mahdollisuuksia. Objektiiviselta tai puolueettomalta vaikuttavan väitteen tai esityksen tahallinen tai tahaton pyyteellisyys paljastuu, kun se asetetaan vastakkain päinvastaisen tulkinnan kanssa. (Emt., 42.) Oman tarkasteluni kohteena olevien yt- ja irtisanomisuutisten tapauksessa vaihtoehtoisia esittämistapoja on helppo havaita esimerkiksi kiertoilmausten yhteydessä. Esimerkiksi virke ”Yritys X vähentää kymmenen työpaikkaa.” on kannanotto, sillä valittavissa olisivat myös esimerkiksi vaihtoehdot: ”Yritys X antaa potkut kymmenelle ihmiselle.” tai ”Kymmenen ihmistä jää työttömiksi.”.

Argumenttien rakentaminen pohjautuu siis valintaan. Argumentoija päättää, mitä sanoo ja mitä jättää sanomatta. Lehtitekstissä tämä valinta ei kuitenkaan välttämättä ole uutisen kirjoittajalle tietoinen. Jutun lopputulokseen ja siinä käytettyihin ilmaisuihin voivat vaikuttaa juttua editoiva toimittaja, lehden uutispäällikkö tai joissain tilanteissa myös päätoimittaja. Uutiseen valittuihin sanamuotoihin ja esitettyihin näkökulmiin voi vaikuttaa myös kiire uutisen kirjoittamisessa tai tiedostamaton itsesensuuri. Myös ympäröivä kulttuuri vaikuttaa oma kokemukseni mukaan toimittajaan, joka lisäksi elää osana toimitusyhteisöä. Kaikki edellä mainittu ei kuitenkaan poista toimittajan vastuuta tuottamastaan uutissisällöstä. Keskityn tarkastelemaan irtisanomisuutisissa pidemmällä aikavälillä esitettyjä argumentteja, mutta en voi pelkästään lopputulosta katsomalla ottaa kantaa syihin, joiden vuoksi irtisanomisuutisissa kenties esitetään tiettyjä argumentteja.

4.2.3 Argumentaatioanalyysin käyttö kriisitilanteen uutisoinnissa

Edellä kuvatulla tavalla ymmärrettynä argumentaatioanalyysi sopii hyvin tutkimusmetodiksi, kun tarkastellaan journalistisen yrityksen julkisuuteen tuottamaa kuvaa sen omasta kriisitilanteesta. Tutkimukseni tapauksessa asetelma on erityinen, sillä tarkastelun kohteena ovat argumentit, jotka koskevat julkisuutta tuottavan mediayrityksen tulokseen ja henkilöstöön liittyvää kriisiä. Dan Millar ja Robert Heath (2004) tarkastelevat kriisiviestintää teoksessaan *Responding to Crisis: A Rhetorical approach to crisis communication*. Tutkimuksen mukaan kriisin merkitys yritykselle määrittyy

lopullisesti vasta sitä koskevan uutisoinnin kautta. Median käsittelyssä kriisi rakentuu retorisesti kerronnan ja uudelleenkerronnan kautta. Kirjoittajien mukaan yrityksen onkin kannattavaa pyrkiä hallitsemaan kriisiin liitettyä retoriikkaa yritysviestinnän strategioiden avulla. (Millar & Heath 2004, 5–6.) Miellän tämän tarkoittavan, että tämän tutkimuksen kontekstissa Sanoma-yhtiön kannattaa pyrkiä hallitsemaan sen irtisanomisten ympärillä käytävän keskustelun retoriikkaa. Journalistiselta kantilta asetelma tarjoaa mielenkiintoisen kulman, sillä mediassa tutkimukseni kohteena olevat Sanoman irtisanomiset voitaisiin tarjoilla tulkittaviksi joko yrityksen tai irtisanottavien näkökulmasta. Tutkimukseni pureutuu siis siihen, millaiset argumentit irtisanomistilanteesta pääsevät esiin.

Millar ja Heath (2004) korostavat retoriikan näkökulmaa kriisiviestintään. He korostavat tulkinnessaan sitä, että kun kriisi puhkeaa, tapahtumat ovat aina avoinna erilaisille tulkinnoille. Kaikki kriisissä mukana olevat tahot pyrkivät etsimään keinoja tapahtumien tulkitsemiseksi, arvioimiseksi ja johtopäätösten tekemiseksi. (Emt., 11.) Kun yrityskriisi puhkeaa, siitä aletaan välittömästi muodostaa erilaisia kertomuksia. Yksi kertomus on Millarin ja Heathin mukaan hyvin etenevän yrityksen tarina, joka keskeytyy yllättävän kriisin takia. Toinen tarina on toistuvuuden tarina. Kun samankaltaiset kriisit toistuvat kerta toisensa jälkeen, yrityksen on yhä hankalampaa kääntää kriisiin liittyvää retoriikkaa voitokseen. Tämän tarinan perimmäinen juoni on yrityksen kyvyttömyys estää tämän kaltaisten kriisien tapahtumista. (Emt., 11.)

Tarkastelemassani irtisanomisuutisoinnissa on kyseessä Millarin ja Heathin kuvailema toistuvien kriisien tilanne. Kriisissä olevan yrityksen kannattaa tehdä kaikkensa, jotta kriisi näyttäytyisi julkisuudessa mieluummin yksittäiseksi kuopaksi muuten tasaisella matkalla kuin toistuvaksi tapahtumaksi, jota yritys ei ole pystynyt taaskaan estämään. Aineistoni yhteydessä tulkiten Millarin ja Heathin näkökulman tarkoittavan, että irtisanomisista julkisuudessa esitettyjä tulkintoja voidaan pyrkiä tukemaan ja pönkittämään sellaisilla argumenteilla, jotka viestivät irtisanomisten olevan vain poikkeuksellinen ja yksittäinen tapaus. Kun analysoin aineistossani esitettyjä argumentteja, pyrin kiinnittämään huomiota siihen, miten esittelemieni tutkijoiden havainnot siinä mahdollisesti toistuvat.

4.2.4 Uutisen ja yleisön yhteismaa uudessa retoriikassa

Argumentaatio edellyttää aina omanlaistaan kohtaamista ja yhteisymmärrystä. Perelman (2007, 20) katsoo, että sanan- ja julkaisuvapaus ovat tärkeitä demokraattisia saavutuksia, mutta liberaalissakaan yhteiskunnassa puhuminen ja kuulluksi tuleminen ei ole mahdollista kenelle vain ja joka tilanteessa.

Tässä mielessä journalisteilla on myös tasa-arvoisessa yhteiskunnassa paljon valtaa. Heillä on valta puhua, tulla kuulluksi ja päättää, keille puhujille ja minkälaisille totuuden tulkinnoille journalistisesti tuotetussa julkisuudessa annetaan tilaa. Journalisti sekä valitsee juttuunsa pääsevät äänet että antaa valitsemilleen äänille lisävakuuttavuutta julkaistessaan ne esimerkiksi sanomalehdessä.

Puhujan tulee Perelmanin (2007) mukaan sovittaa esityksensä yleisönsä mukaan, jotta sillä olisi vaikutusta. Sovittaminen on jopa argumentaation tärkein edellytys. Toisin sanoen puhuja voi valita väitteidensä lähtökohdiksi vain sellaisia väitteitä, jotka kuulijat jollain tasolla valmiiksi hyväksyvät. Argumentoinnin lähtökohta ei ole se, että sillä todistettaisiin johtopäätöksiä oikeiksi. Pikemminkin argumentoinnin avulla pyritään siirtämään premisseille, eli yhteisesti hyväksytyille esisopimuksille osoitettu hyväksyntä koskemaan myös johtopäätöksiä. (Perelman 2007, 28.)

Puhujan on poimittava argumentaationsa lähtökohdat yleisön jo hyväksymien väitteiden joukosta. Tämä merkitsee välttämättä valintaa (Perelman 2007, 41). Tulkitsen tämän tarkoittavan, että uutistenkaan yhteydessä asioita ei voida esittää mistä tahansa näkökulmasta. Esimerkiksi irtisanomisten argumentoiminen yksisilmäisesti johtoportaan kostotoimena ei todennäköisesti menisi läpi uutista lukevalle yleisölle. Tosin tällaisia yksipuolisia tulkintoja rajaavat myös journalistisen ammatin konventiot.

Perelmanin mukaan argumentoinnin kohteena oleva yleisö on toisinaan helposti määriteltävissä mutta välillä taas todella hankalasti hahmotettavissa (Perelman 2007, 20). Koska aineistoni koostuu laajalevikkisessä Helsingin Sanomissa julkaistuista uutisista, yleisön määrittelemine on vaikeaa. Myös Perelman on käyttänyt tutkimustensa materiaaleina lehtitekstejä ja pohtii muun muassa haastateltavan asemaa lehtitekstissä seuraavasti:

Katsommeko haastateltavan puhuvan haastattelijalle, lehden lukijoille vai kenties koko sille kansalliselle tai kansainväliselle mielipiteelle, jonka tietoon hänen kannanottonsa voi periaatteessa tulla? (Perelman 2007, 20–21).

Perelmanin mukaan viestin lähettäjä voi pyrkiä joko vaikuttamaan mahdollisimman suureen yleisöön tai pyrkiä kohdistamaan argumenttinsa pienelle osayleisölle. Hänen argumentaatioteoriansa näkökulmasta yleisöä ovat kaikki ne henkilöt, joihin puhuja haluaa argumentaatiollaan vaikuttaa. (Perelman 2007, 20–21.) Perelman toteaa myös, että jo tiettyjen lähtökohtien valitseminen esityksen perustaksi ja niiden julkaiseminen asettaa tehdyt valinnat lukijan tietoisuudessa etualalle. Argumentoija antaa niille ikään kuin läsnäolon, jonka vuoksi esitettyjä lähtöoletuksia on mahdotonta sivuuttaa. (Perelman 2007, 43.) Uutistekstiäkin tarkasteltaessa on huomattava myös ne

pohjaoletukset, joille argumentit rakentuvat. Yhtä lailla on tärkeää kiinnittää huomiota sekä siihen, mitä uutisessa sanotaan, että siihen, mitä jätetään sanomatta.

Yksi journalismin keino hakea yhteistä maaperää useiden eri yleisöjen kanssa on tekstien moniäänisyys. Kalliokosken (1990) mukaan nykyjournalismille on tärkeää, että juttu löytää sen maailmankuvan jakavan yleisön. Moniäänisyyden avulla artikkeli voi tavoittaa yhtä aikaa useita eri osayleisöjä. Moniäänisyys haastateltavissa, näkökulmissa ja kerrontatyyleissä onkin journalismin keino lukijoiden ja tiedotusvälineiden välisen kuilun pienentämiseksi ja maksavan asiakkaan tavoittamiseksi. (Emt., 90.)

Mukailen omassa tarkastelussani Koistisen (2003) tapaa soveltaa Perelmanin retoriikkateoriaa suppeahkon talousjournalistisen aineiston analysointiin. Koistinen nostaa esiin Perelman erottelun demonstraation ja argumentaation välillä (Koistinen 2003, 42–43). Demonstraatiossa on tiivistäen kyse formaalista kielellisestä päättelystä, jossa tulokset ovat johdettavissa suoraan lähtökohdista, kuten matematiikassa. Tällöin myös päättelyn lopputulokset ovat jo etukäteen tiedossa. Argumentoinnissa sen sijaan liikutaan todennäköisyyksien maailmassa. Argumentaatio etenee todistusvoimaisten premissien, eli väittämien, kautta epävarmasta varmaan, uskomuksesta totuuteen tai päinvastoin. (Koistinen 2003, 42–43.) Hilikka Summa puolestaan tulkitsee, että Perelmanin retoriikkateoriaa voidaan lukea sekä deskriptiona eli kuvauksena siitä, miten argumentoidaan että preskriptiona, eli suosituksena siitä, miten kannattaisi argumentoida (Summa 1989, 102). Seuraan täältä osin Koistisen (2003) askelmerkkejä ja luen Perelmanin teoriaa deskriptiivisenä ja analyttisenä retoriikan ja erityisesti argumentaation teoriana. Tukeudun empiirisessä osiossa vahvasti myös Kakkuri-Knuutilan (2013) ajatuksiin argumentaatioanalyysin etenemisestä.

4.3 Argumentaatioanalyysi tässä tutkimuksessa

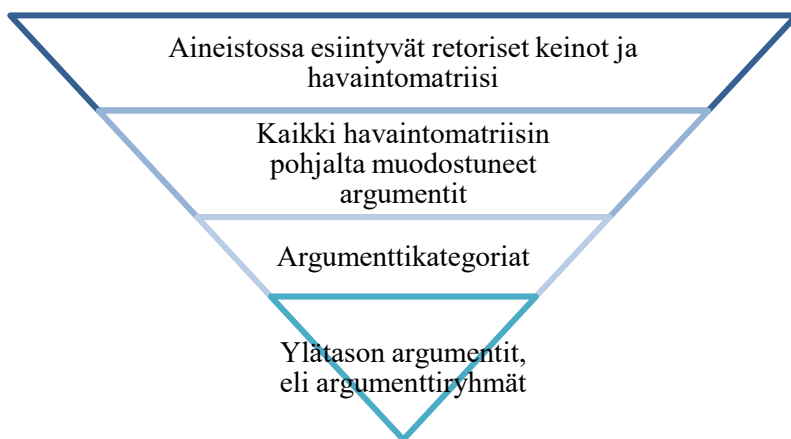
Argumentaatioanalyysini etenee Kakkuri-Knuutilaa (2013) seuraillen tekstin lähiluvusta pääväitteen pelkistämiseen. Etsin ensin teksteistä niissä esitetyt pääväitteet, jotka pelkistän mahdollisimman tiiviiseen muotoon. Tämän jälkeen etsin ja pelkistän teksteissä esitetyt muut väitteet ja pelkistetään nekin. Analyysin loppuvaiheessa asetan löydetty argumentit suhteisiin toistensa ja laajemman yhteiskunnallisen kontekstin kanssa. (Kakkuri-Knuutila 2013, 101–102.) En tämän tutkimuksen yhteydessä lähde erittelemään tarkemmin teksteistä löytyviä premissejä eli esisopimuksia tai taustaoletuksia.

Kakkuri-Knuutila (2013) näkee argumenttien kielellisen pelkistämisen olennaisena, sillä kun tekstistä riisutaan sen kielellinen ilmiö, jäljelle jää selkokielinen asiasisältö (emt., 65). Anna Humalamäki

huomauttaa pro gradu -tutkielmassaan, että ajatus tekstistä, joka ilmaisisi pelkkää asiasisältöä, ei sovi perelmanilaiseen näkemykseen muodon ja sisällön yhteen kietoutumisesta. Siksi selkokielisyys onkin Humalamäen mukaan ymmärrettävä niin, että argumentti muotoillaan mahdollisimman yksinkertaiseksi:

Kun ”asiasisältö”, eli väitelause ja sen perustelut, kaivetaan esiin, tekstin muut ominaisuudet jäävät tilapäisesti taka-alalle. Perelmanilaisessa analyysissä ne palautetaan jälleen tarkasteluun. (Humalamäki 2016, 47.)

Tarkastelin aineistoni kielenkäytön retorisia keinoja, jotka kertovat sekä kirjoittelussa oletetusta yleisöstä että tekstin argumenttien lähtökohdiksi hyväksytyistä yhteisistä kulttuurisista esisopimuksista eli premisseistä. Retoriset keinot kertovat myös siitä, millaisia argumentteja irtisanomisuutisiin luodaan. Seurasin tutkimuksessani Koistisen esimerkkiä (2003, 51). Aloitin tutkimukseni empiirisen vaiheen lukemalla läpi kaikki uutiset, jotta sain luotua aineistostani kokonaiskuvan. Tämän jälkeen purin aineistoa tekstin lähiluvun avulla. Alla olevassa kuviossa (Kuvio 2.) esittelen empiirisessä tutkimusosiossani käyttämäni menetelmää lopullisten tiivistettyjen ja abstrahoitujen argumenttiryhmien hahmottamiseksi.



Kuvio 2. Havaintojen muodostuminen argumenteiksi

Etenin analyysissäni siten, että tutustuin ensin Perelmanin esittelemiін retorisiin keinoihin, joilla teksteihin luodaan argumentteja. Koistisen tavoin lähdin tämän jälkeen liikkeelle tekstin lähiluvusta. Poimin tekstejä lukiessani havaitsemiani retorisia keinoja havaintomatriisiin (ks. Liite 2). Koko aineiston lähiluvun jälkeen paneuduin tarkastelemaan matriisin sarakkeita. Yhdistin asiasisällöltään limittyviä kategorioita toisiinsa ja poistin havaintomatriisistani sellaiset retoriset keinot, jotka eivät esiintyneetkään aineistossa toistuvasti. Seuraavassa vaiheessa tarkastelin havaintomatriisin

sarakkeita rivi riviltä ja katsoin, muodostetaanko uutisissa niiden perusteella argumentteja. Jos retorisia keinoja ei käytetty argumenttien muodostamiseen, rajasin ne tässä yhteydessä pois.

Tutkimukseni eteni pienemmistä kielen piirteistä laajempiin kokonaisuuksiin. Havaintomatriisiin päätyivät seuraavat teksteistä löytämäni retoriset keinot: sanavalinnat, tapahtumien nimeäminen, irtisanomisten nimeäminen, kiertoilmaukset, vastakkainasettelut/ erottelut/yhdisteleminen, numeraaliset perustelut, graafijargon ja talouskielisyys, metaforat, painotukset ja toisto, liioittelu ja kärjistäminen, tekstissä esiintyvät toimijat, auktoriteettien käyttö ja moniäänisyys.

Tämän jälkeen aloin etsiä uutisista argumentteja. Nostin havaintomatriisiin tekstistä löytyviä argumentteja (ks Liite 3), jotka löysin muun muassa edellä esiteltujen retoristen keinojen avulla. Etsiessäni uutisista argumentteja huomasin, että lähes jokaisesta uutisesta on löydettävissä useampia argumentteja. Pohtiessani näiden argumenttien keskinäistä painoarvoa, tulkitsin teksteistä löytyneitä retorisia keinoja ja katsoin niiden avulla, mikä on uutisen keskeisin argumentti. Tarkastelin argumentteja seuraavista näkökulmista: toiston avulla tuettavat argumentit, otsikkotason argumentti, uutisen kärjen argumentti, argumenttien järjestys, toimittajan argumentointi ja vasta-argumentit. Näiden näkökulmien kautta pääsin käsiksi uutisessa esitettyyn pääargumenttiin ja oheisargumentteihin.

Päädyin Koistisen esimerkkiä seuraten määrittelemään jokaiselle uutiselle pääargumentin, joka tavalla tai toisella nousi muita uutisessa esitettyjä argumentteja merkittävämpään asemaan. Jos uutisessa esitettiin pääargumentin lisäksi muita argumentteja, määrittelin ne oheisargumenteiksi. Pääargumenttia etsiessäni seurasin Koistisen jalanjälkiä ja kiinnitin huomioni erityisesti uutisten otsikkoon ja ingressiin, sillä ne tiivistävät uutisen keskeisen sisällön. Käytännössä otsikkoon ei kuitenkaan mahdu rajattomasti tietoa, joten usein siinä esitetään vain uutisen aihe, ja otsikointia selittävät laajemmat perustelut löytyvät itse uutisesta.

Muodostin tekstistä löytyneistä argumenteista laajempia argumenttikategoriota (ks. Liite 3). Lopuksi tarkastelin argumenttikategorioiden väliltä löytämiäni laajempia linjoja ja niputin erilaiset kategoriat niiden teemojen mukaan ylätason argumenttiryhmiksi (ks. Taulukko 11). Tarkastelin myös sitä, mitä eri argumenttiryhmät kertovat uutisen kohteena olevista yt-neuvotteluista ja irtisanomisista laajemmin. Lopuksi vertasin saamiani tuloksia journalistisen etiikan keskeisiin ulottuvuuksiin ja niin sanotun hyvän journalismin määritelmään.

Seuraavassa luvussa esittelen ensin aineistoni yleispiirteitä määrällisellä otteella. Tämän jälkeen avaan, millaista kieltä yt- ja irtisanomisuutisissa käytetään, eli mitkä olivat tärkeimmät aineistostani

löytyneet argumenttien muodostamiseen käytetyt retoriset keinot. Kuten käy ilmi, useimmin käytettiin toistoa, sanavalintoja, moniäänisyyttä sekä etäännyttäviä rakenteita. Tämän jälkeen esittelen havaintomatriisiin koostamieni retoristen keinojen avulla löytämäni argumenttikategoriat, joiden pohjalta vielä tiivistän löydökseni muutamaan ylätasoon argumenttiryhmään.

5 IRTISANOMISUUTISOINNISTA LÖYTYNEET RETORISET KEINOT

Ennen syventymistä varsinaiseen päätulokseeni, eli aineistossa esiintyviin argumentteihin, kuvailen tässä luvussa aineistoni piirteitä ja analysoimissani teksteissä käytettyä kieltä. Ensimmäisessä alaluvussa kuvailen Helsingin Sanomien irtisanomisuutisointia määrällisellä otteella. Luvun loppuosassa kiinnitän huomioni muun muassa irtisanomisuutisoinnissa rakentuviin argumentteihin ja analysoin aineistoani tulkitsevasti.

Ensimmäisessä analyysivaiheessa kuvailen aineistoani määrällisellä otteella. Määrällisessä tarkastelussa tutkin, onko jutun kirjoittaja ja konsernikytkös mainittu ja onko toimittajan nimi kirjoitettu uutisen yhteyteen. Näillä tekijöillä on merkitystä, sillä ne ilmentävät lukijoille lehden pyrkimyksestä avoimuuteen, läpinäkyvyyteen ja objektiivisuteen. Ensimmäisessä analyysivaiheessa poimin ja erittelen aineistosta siinä useimmin esiintyneitä retorisia keinoja. Nostan esille sen, miten yt-prosessi ja irtisanomiset aineistossani nimitään, kuka uutisissa pääsee ääneen, mitkä asiat toistuvat ja millaisiin asioihin on uutisissa otettu etäisyyttä. Seuraavalla luvussa (luku 6) siirryn toiseen analyysivaiheeseen, jossa erittelen, millaisia argumentteja olen aineistosta retoristen keinojen avulla löytänyt.

5.1 Yt- ja irtisanomisuutisoinnin rakenne Helsingin Sanomissa

Jaottelin aineistoni uutiset (yhteensä 32 kpl) sen mukaan, onko niiden pääaiheena yt-neuvottelut tai niitä ennakoiva uutinen, irtisanomiset vai jokin muu aihe, kuten henkilö tai muita aihe. Tässä kohtaa aineistostani löytyvä pääkirjoitus on laskettu aiheensa perusteella irtisanomisuutiseksi (Taulukko 3).

Lisäksi jaottelin uutiset niiden pituuden (merkkimäärä)⁷ mukaan neljään kategoriaan, jotka olivat: alle 500 merkkiä,

alle 1 000 merkkiä, alle 2 000 merkkiä, alle 3 000 merkkiä, alle 4 000 merkkiä ja yli 4 000 merkkiä (Taulukko 4). Vaikka prosenttiosuuksien laskeminen näin pienestä juttumäärästä ei anna tarkkaa kuvaa irtisanomisuutisista kokonaisuutena, jakamalla uutiset mitan ja aiheen mukaan huomasin, että puolet kaikista aineiston uutisista on lyhyitä, alle 2 000 merkin mittaisia uutisia. Sekä

| Uutisten pääaihe | Kpl |
|----------------------------|-----------|
| Yt-neuvottelut | 13 |
| Irtisanomiset | 12 |
| Aiheeseen liittyvä henkilö | 2 |
| Muu | 5 |
| Yht. | 32 |

Taulukko 3. *Uutisten pääaiheet*

⁷ Merkkimäärä valikoitui uutisen mitan kuvaajaksi, sillä se antaa uutisen pituudesta tarkemman kuvan kuin sanalliset kuvailut kuten ”lyhyt”, ”keskipitkä” tai ”pitkä”.

irtisanomisuutiset että yt-uutiset painottuvat lyhempiin uutisiin. Yli puolet aineistoni irtisanomisuutisista on alle 1 000 merkin mittaisia, ja lähes kaikki yt-uutiset ovat alle 2 000 merkin mittaisia. Poikkeuksen tekee Muut-luokka, jossa on mukana esimerkiksi faktalaatikkoja, henkilöjuttuja tai yt-neuvotteluja ennakoivia uutisia. Tässä ryhmässä painottuivat pidemmät uutiset, sillä yhdestätoista uutisesta vain kolme on alle 2 000 merkin uutisia. Painopiste selittyy pitkälti sillä, että mukana ovat Radio Helsingin lakkauttamisuhkaa käsittelevät uutiset (viisi kpl). Nämä uutiset ovat kaikki pituudeltaan yli 3 000 merkkiä.

| Pituus merkkeinä | Uutisten lukumäärä ja osuus (%) | Irtisanomisuutisia, lukumäärä ja osuus (%) | Yt-uutisia, lukumäärä ja osuus (%) | Muita uutisia, lukumäärä ja osuus (%) |
|-------------------------|--|---|---|--|
| < 500 | 3 (9%) | 1 (3%) | 2 (6%) | 0 (0%) |
| 501 – 1000 | 8 (25%) | 6 (19%) | 1 (3%) | 1 (3%) |
| 1001 – 2000 | 8 (25%) | 1 (3%) | 5 (15%) | 2 (6%) |
| 2001 – 3000 | 6 (19%) | 2 (6%) | 2 (6%) | 2 (6%) |
| 3001 – 4000 | 2 (6%) | 0 (0%) | 0 (0%) | 2 (6%) |
| 4001 – | 5 (16%) | 1 (3%) | 0 (0%) | 4 (12%) |
| Yht. | 32 (100%) | 11 (34%) | 10 (30%) | 11 (34%) |

Taulukko 4. Juttujen pituus

Ryhmittelin artikkelit myös niiden julkaisuosaston mukaan (Taulukko 5). Suurin osa uutisista on julkaistu talousosastolla. Seuraavaksi eniten uutisia on julkaistu kulttuurisivuilla. Kaikki tähän aineistoon osuneet kulttuurisivuilla julkaistut uutiset käsittelevät Radio Helsingin lopettamisuhkaa. Pääkirjoitussivulla julkaistu pääkirjoitus käsittelee Helsingin Sanomien irtisanomisia, pääkirjoituksissa ei nostettu esiin muita Sanoma-konsernin yt-neuvotteluja tai irtisanomisia.

| Jutun osasto | kpl |
|---------------------|------------|
| Talous | 23 |
| Kulttuuri | 4 |
| Ihmiset | 3 |
| Pääkirjoitus | 1 |
| Kaupunki | 1 |
| Yht | 32 |

Taulukko 5. Jutun osasto

Jutun osasto on mielenkiintoinen tarkastelukohde myös argumentaation tutkimisen yhteydessä, sillä se kertoo osittain minkälaiselle yleisölle juttu ja sen argumentit on kirjoitettu. Anna Humalamäki on tutkinut pro gradu -työssään Etelä-Suomen Sanomien pääkirjoitustekstejä peremanimilaisella argumentaatioanalyysillä. Hän tarkastelee työssään pääkirjoituksia retorisia tiloina ja ottaa Perelmanian seurailen yhdeksi tutkimuskohteekseen pääkirjoitusten yleisökonstruktion. (Humalamäki 2016.) Kuten aikaisemmin toin esiin, julkaisuosastolla on vaikutuksensa siihen, miten uutisia kirjoitetaan. Tämä näkyy esimerkiksi talousuutisten totutuissa puhetavoissa.

Huomioin myös, onko artikkelin kirjoittaja mainittu. Luokkia tässä olivat: yksi kirjoittaja, useampi kirjoittaja, HS ja kirjoittajaa ei mainittu (Taulukko 6.). Huomasin, että nimettömiä juttuja on aineistossa kolmasosa, kun yhteen lasketaan ne uutiset, joissa ei ole lainkaan tekijämerkintää tai tekijäksi on merkitty vain HS. Osaselityksen tähän tarjoaa se, että kaikki ilman kirjoittajan nimeä julkaistut uutiset olivat alle 1 000 merkin mittaisia. Kirjoittajan kertomatta jättäminen on omien havaintojeni mukaan tyypillistä erityisesti silloin, kun kyseessä on lyhyt uutinen.

| Jutun kirjoittaja | kpl |
|--------------------------|-----|
| Yksi kirjoittaja | 20 |
| Useampi kirjoittaja | 2 |
| HS (ja HS/STT) | 6 |
| Kirjoittajaa ei mainittu | 4 |
| Yht. | 32 |

Taulukko 6. Jutun kirjoittaja

Luokittelin aineistoni uutiset myös sen mukaan, miten niissä kerrotaan eri yhtiöiden välisistä omistuskysymyksistä (Taulukko 7). Journalistin ohjeiden mukaanhan journalistin on hyvä tehdä asiayhteys selväksi lukijalle, kuulijalle tai katsojalle, kun uutisessa käsitellään omalle tiedotusvälineelle, konsernille tai sen omistajalle merkittäviä asioita mukaan (Journalistiliitto, Journalistin ohjeet §6). Yhtiön irtisanomiset kuuluvat kiistämättä tälle konsernin kannalta merkittävien asioiden alueelle.

| Konsernikytkös mainittu | kpl |
|-------------------------|-----|
| Kyllä | 23 |
| Ei | 4 |
| Epäselvä | 5 |
| Yht. | 32 |

Taulukko 7. Konsernikytkös

Suurimmassa osassa uutisista (72 %) oli selvä maininta Helsingin Sanomien ja uutisen kohteena olevan yrityksen kytköksestä toisiinsa ja Sanoma Oyj:hin. Yleinen tapa oli merkitä jutun loppuun erillinen huomautus asiasta. Näin on tehty esimerkiksi 10.6.2014 julkaistussa uutisessa ”Sanoma Lehtimedia irtisanoo 16”. Tässä uutisessa yhtiöiden konsernikytkökset tuodaan esiin uutisen lopussa:

Sanoma Lehtimedia ja Helsingin Sanomat ovat osa Sanoma-konsernia (HS 10.6.2014).

Aineistooni kuuluu myös artikkeleita, joissa ei mainita uutisen kohteen, uutisen julkaisevan lehden tai emokonsernin välisiä kytköksiä lainkaan. Näistä neljästä uutisesta yksi käsittelee Radio Helsingin lakkauttamisuhkaa, toinen on Helsingin Sanomien omia irtisanomisia käsittelevän jutun kainalojuttu, kolmas on faktalaatikko ja neljäs on taloussivuilla julkaistu lyhyt irtisanomisuutinen. Näissä uutisissa ei siis ole noudatettu edellä mainittua journalistin ohjeiden kuudetta pykälää. Tämä saattaa johtua

joko lyhyiden uutisten rajallisesta tilasta tai siitä, että ilman nimeä julkaistu uutinen on ollut isomman uutisen yhteydessä esimerkiksi faktalaatikkona.

Selvästi ilmoitettujen kytkösten ja kertomatta jättämisen väliin mahtuu harmaa alue, jossa kytkös eri yhtiöiden välillä kerrotaan epämääräisesti tai puutteellisesti. Näin on tehty 16 prosentissa aineiston uutisia. Esittelen alla muutamia esimerkkejä epäselvistä tai vaillinaisista tavoista kertoa konsernien kytköksistä. Monessa epäselvässä tapauksessa on kyse siitä, että Helsingin Sanomien julkaisemassa uutisessa ei kerrota Helsingin Sanomien yhteyttä Sanoma-konserniin tai konsernin omistamaan yritykseen, joka on uutisen kohteena:

Mediayhtiö Sanomaan kuuluva Sanoma Media Finland sanoo irti 65 työntekijää Tampereella ja Oulussa (HS 21.10.2014).

Tässä uutisessa Helsingin Sanomien kytkös Sanomaan ja Sanoma Media Finlandiin jää avoimeksi. Lukijan ilmeisesti oletetaan tietävän, että Helsingin Sanomat on osa Sanoma-konsernia, vaikka tätä ei tekstissä kerrota.

Toinen esimerkki vaillinaisesti ilmoitetusta yrityskytköksestä on seuraava katkelma, joka on poimittu Helsingin Sanomien omia irtisanomisiasia käsittelevästä artikkelista. Jutussa puhutaan myös Nelosen uutisten tilanteesta, mutta Nelonen Median kytkös Helsingin Sanomiin tai Sanoma-konserniin jää epäselväksi:

--- Helsingin Sanomat omistava mediayhtiö Sanoma kertoi neuvottelujen saattavan johtaa enimmillään 70 työtehtävän päättymiseen.

Nelonen media on päättänyt muuttaa ja lyhentää HS:n tuottaman Nelosen tv-uutislähetystä, koska pitkä lähetys ei tuonut toivottua katsojamäärää. (HS 8.1.2014.)

Seuraavassa esimerkissä kytketään mediayhtiö Sanoma Vartiin kertomalla, että Sanomalla on valta lakkauttaa ilmaisjakelulehti. Myöhemmin uutisessa yhdistetään myös Helsingin Sanomat Sanoma-konserniin:

Mediayhtiö Sanoma lakkauttaa pääkaupunkiseudulla ilmestyvän ilmaislehden Vartin. [...] ⁸ Sanoma Kaupunkilehdistä jäljelle jäävät toiminnot yhdistetään Helsingin Sanomien ja Sanoma Newsin yritysasiakaspalvelun organisaatioon. (HS 30.10.2012.)

Konsernikytöksen mainitseminen kuuluu journalistin ohjeiden mukaan ammattietiikkaan, mutta se palvelee myös lukijoita uutisen arvioimisessa. Lukijan kannalta esimerkiksi se, että Sanoma lakkauttaa kaupunkilehti Vartin, jotta sen toinen julkaisu Helsingin Sanomat voi alkaa tuottaa vastaavaa materiaalia, on olennaista tietoa. Näin on etenkin, kun lakkauttamisuutinen julkaistaan Helsingin Sanomissa.

5.2 Retoriset keinot irtisanomisuutisoinnissa

Tarkastelen seuraavaksi niitä retorisia keinoja, jotka nousivat aineistosta vahvimmin esiin ja joiden katson vaikuttaneen eniten siihen, miten ja millaisia argumentteja Helsingin Sanomien yt- ja irtisanomiskirjoittelussa erittelemälläni aikavälillä luotiin. Avaan jokaisen esiin nostamani retorisen keinon jälkeen lyhyesti sitä, miten kyseinen keino auttoi pääsemään tekstistä löytyvien argumenttien jäljille. Tässä yhteydessä käytän käsitettä retoriset keinot. Retoriset keinot ovat toistuvia kielen käytön tapoja, eli kielen piirteitä, joiden avulla tekstin sisältämät argumentit rakentuvat. Retorisilla keinoilla tarkoitan tässä myös sellaisia kielenkäytön tapoja, jotka ovat hieman yksittäisiä sanoja laajempia, kuten toisto, moniäänisyys tai etäännyttäminen.

Tutkimusaineistoni teksteistä on löydettävissä 16 erilaista toistuvaa retorista keinoa. Koska keskityn uutisissa esitettyihin argumentteihin, nostan erikseen esiin argumenttien rakentumisen kannalta tulkintani mukaan olennaisimmat retoriset keinot, joiden avulla argumentteja Helsingin Sanomien kirjoittelussa rakennettiin ja tuettiin. Tarkastelen myöhemmin sitä, miten tekstin tason valinnoilla ja retorisilla keinoilla luodaan ja tuetaan argumentteja. Ennen sitä valotan aineistostani toistuvasti nousevia kielellisiä esittämisen tapoja.

Esittelen seuraavaksi tarkemmin nimeämisen ja kiertoilmaisut, toiston ja painotuksen, moniäänisyyden sekä etäännyttämisen. Perelmanin teorian mukaisesti aineisto olisi edellä mainittujen lisäksi tarjonnut mielenkiintoisia mahdollisuuksia muun muassa vastakkainasettelujen ja

⁸ Merkitsen jatkossa aineistosta poimituihin lainauksiin tekemäni poistot kolmella viivalla ---, kun poisto on tehty tekstikappaleen alkuun tai loppuun. Merkitsen poistot hakasulkeilla ja kolmella viivalla [...], kun poisto on tehty tekstikappaleen sisällä, tai virkkeen keskeltä.

yhdistelmien sekä talouskielisyyden tutkimiseen. Sivuan näitä retorisia keinoja vain lyhyesti. Aineistossa harvemmin esiintyneet retoriset keinot rajaan tarkasteluni ulkopuolelle.

Aineiston kuvailemisen vaiheessa käsittelin siis koko 32 uutisen suuruista juttujoukkoani. Kun siirryn etsimään irtisanomisuutisoinnista teksteissä käytettyjen retoristen keinojen yhtäläisyyksiä, toistuvuuksia ja eroja, rajaan tarkastelun ulkopuolelle Radio Helsingin lakkauttamisuhkaa käsittelevä viisi uutista, jotka muodostavat tulkintani mukaan erillisen kokonaisuuden. Radio Helsinkiä koskeva uutisointi eroaa monella tapaa aineistoni muusta yt- ja irtisanomiskirjoittelusta. Ensiksikin Radio Helsingin tapausta ei käsitellä taloussivuilla vaan kulttuuri- ja ihmiset-sivuilla. Lisäksi lähes jokainen näistä viidestä uutisesta on muuhun aineistoon nähden poikkeuksellisen pitkiä, yli 4 000 merkin mittaisia.

Merkille pantavaa on, että Radio Helsingin mahdollista lakkauttamista käsittelevät jutut ovat tyyliltään muuta aineistoa tunteisiin vetoavampia ja argumentit on niissä esitetty poikkeuksellisen suoraan. Kokonaisuutta voisi melkein kutsua Radio Helsingin pelastuskampanjaksi, ainakin aihe näissä teksteissä näyttäytyy kanavan puolesta kampanjointina. Jätän tästä eteenpäin tarkasteluistani ulos edellä mainitun kokonaisuuden, sillä haluan etsiä neutraalina esittäytyvästä uutistekstistä löytyviä hienovaraisia argumentteja. Tulkinnallisesti tarkasteltavia juttuja on siis 27 kappaletta.

Seuraavissa alaluvuissa raportoin mielestäni olennaisimmat Helsingin Sanomien yt- ja irtisanomiskirjoittelussa käytetyt retoriset keinot. Nämä keinot eivät sellaisinaan ole argumentteja, mutta niiden avulla joko pönkitetään tai horjutetaan esitettyjä argumentteja. Samalla argumentit rakentuvat näiden keinojen kautta.

5.2.1 Yt-prosessin ja irtisanomisten nimeäminen

Tarkasteltaessa Helsingin Sanomien uutisointia Helsingin Sanomien ja Sanoma Oyj:n irtisanomisista tulkinnallisesti on tärkeää kiinnittää huomiota siihen, miten asiat tehdään teksteissä ymmärrettäviksi. Saadakseni otteen tästä erittelin aineistostani sekä irtisanomisten että yt-prosessin nimeämistä. Asioiden nimeäminen vaikuttaa aiheesta tehtyihin jatkopäätelmiin ja tulkintoihin. Seuraavaksi kerron lyhyesti, mitä havaintoja aineistostani tein koskien yt-prosessin ja irtisanomisten nimeämistä. Yleishuomiona voi todeta, että lähes kaikissa uutisissa yt-neuvottelu- prosessi nimettiin usealla eri tavalla.

Nostin luvussa 3.2.1 *Talousjournalismin kieli ja tyyli* esiin Pirjo Karvosen huomion, että talousuutiset viljelevät taajaan teonsanojen abstrahointeja (Karvonen 1999, 152). Sama huomio toistuu omassa

aineistossani, jossa verbin käyttämisen sijasta yt-prosessia ja irtisanomisia kuvaillaan usein substantiiveilla. Vähentyy ja vähentää -verbit ovat muuttuneet vähentymiseksi ja vähentämiseksi. Irtisanoa on muuttunut irtisanomiseksi. Karvonen esittää että samalla, kun toiminta kiteytetään substantiiviksi, sen ominaisuuudet muuttuvat. Verbien nominaalistukset viittaavat ajasta ja paikasta riippu-mattomaan toimintaan tai tapahtumaan, jonka olemassaolo on varmaa. (Karvonen 1999, 152.) Tämä on tärkeä havainto myös koskien omaa aineistoani.

Nominaalistuksien runsas esiintyminen kirjoittelussa tuottaa vaikutelman, että irtisanomiset ja yt-

| Kiertoilmaisut | | Synonyymit |
|--|--|-----------------------------------|
| Säästökuuri, säästöt, säästöohjelma | Uudistus | Irtisanoo |
| Vähentää, vähennetään vähentäminen, vähenee | Säästöohjelmaa laajennetaan | Irtisanotaan, irtisanomisia |
| Vähennystarve | Sopeutuksen syvyys | Työsuhde päättyy |
| Henkilöstövaikutukset | Nurkkien siivoaminen | Karsii väkeä |
| Työtehtävä päättyy | Toimintojen tehostaminen | Menettää työpaikkansa |
| Ne | Jotain tulee muuttumaan | Henkilötyövuosia vähennetään |
| Muutos | Kipeät ratkaisut | Henkilöstövähennykset |
| Järjestely, strateginen uudelleen järjestely | Henkilöstökulujen pienentäminen | Jää työttömäksi |
| Toimintojen tehostaminen | Sisällön hoitaminen | Eivät voi pitää palkkalistoillaan |
| Uusi malli | Päällekkäisten työtehtävien karsiminen | Jää vaille työtä |
| Jotain tulee | | Avustajista luopumalla |

Taulukko 8. *Irtisanomisista käytetyt ilmaisut*

aineistosta löytyy runsaasti esimerkkejä, joissa ihminen on muuttunut työpaikkojen vähentämiseksi tai henkilötyövuosien karsimiseksi. Irtisanomisten tai yt-neuvottelujen kohteena olevat ihmiset ovat

neuvottelut ovat väistämätön, pysäyttämätön ja vaihtoehtoton tapahtumaketju, jonka syiden laajempaan pohtimiseen ei uutisen kirjoittaneen toimittajan eikä lukija tarvitse käyttää aikaa tai palstamillimetrejä. Nominalisaation lisäksi Karvosen havaitsema inhimillisen toimijan etäännytyks (Karvonen 1999, 152) näkyy irtisanomisia käsittelevissä sanavalinnoissa toistuvasti.

Sanavalinnat vaikuttavat siihen, miten lukija tulkitsee uutisen. Karvonen tutki, miten sanojen avulla häivytetään ihminen talousteksteistä. Yksi tapa on hänen mukaansa kiteyttää inhimillinen toiminta termiksi, jossa toimija on mukana vain implisiittisesti (Karvonen 1999, 154–155). Oman tutkimukseni

aineiston uutisissa usein muuttuneet väeksi, henkilötyövuosiksi, henkilöstö-muutoksiksi, henkilöstövähennyksiksi, hengiksi tai numeroiksi.

Sanavalinnat kantavat mukanaan erilaisia merkitysvivahteita, joten niillä on väliä myös tekstin argumenttien muodostamisen kannalta. Erottelin havaintomatriisissa sanavalintojen käyttöä aineistossa. Huomasin, että jutuissa käytetään monenlaisia tapoja puhua siitä, että yritys irtisanoo työntekijöitään. Tulkintani mukaan irtisanoa-termin ydin pitää sisällään irtisanojan sekä irtisanottavan lisäksi ajatuksen yksisuuntaisesta valtasuhteesta: irtisanomistilanteessa irtisanottavalla ei enää ole sananvaltaa päätökseen. Aineistoa peratessani huomasin, että irtisanomiset on korvattu noin 30 erilaisella ilmaisulla.

Kiinnitin huomiota siihen, että irtisanomisia kuvaavat sanavalinnat jakautuvat kahteen ryhmään, sen mukaan miten suoraan ne ilmaisevat irtisanomisten perusytimen. Ensimmäiseen ryhmään kuuluvat irtisanominen-sanat synonyymit. Synonyymisiksi ilmaisuiksi laskin tässä yhteydessä sanat ja sanonnat, joilla viitataan siihen, että työnantajan toimet ovat johtaneet siihen, että työntekijöiltä loppuvat työt. Toiseen ryhmään kuuluivat asiasta käytetyt kiertoilmaukset. Kiertoilmaisuiksi laskin ne sanat ja ilmaisut, joissa alkuperäisen sanan ydin on kierretty muilla ilmaisuilla. Edellisessä taulukossa (Taulukko 8) avaan aineistosta löytämiäni ilmaisuja työntekijöiden irtisanomisille. Ylemmässä sarakkeessa ovat synonyymit irtisanomisille. Nämä ilmaisut kertovat ytimeltään, että yritys irtisanoo työntekijöitään. Alemmassa sarakkeessa on esitelty aineistosta löytyneitä kiertoilmaisuja, joissa sekä irtisanomisprosessi että siihen osalliset ihmiset on irrotettu ilmaisun yhteydestä.

Kiertoilmaisuja löytyi aineistosta lähes kaksinkertainen määrä synonyymisiin ilmaisiin verrattuna. Huomiota kiinnittää, että irtisanomisista puhuttaessa juuri irtisanominen-sana loisti poissaolollaan. Uutisen kirjoittajan sanavalintojen motiiveja ei voi päätellä lopullisesta tekstistä, mutta aineisto kertoo kuitenkin, että irtisanomis- ja yt-uutisia kirjoittaneet toimittajat ovat löytäneet peräti 33 muuta tapaa ilmaista asia. Kiertoilmausten yleisyyden vuoksi voi esittää kysymyksen, välttääkö irtisanoa-sanat käyttämistä, vai käytetäänkö uutisissa muita sanoja esimerkiksi toiston välttämiseksi. Irtisanoa-sanat käyttämistä puoltaisi kuitenkin sanan käyttökelpoisuus lehtitekstissä: irtisanoa on täsmällinen ja ymmärrettävä ilmaisu, kun puhutaan yrityksen yksipuolisesta ilmoituksesta lopettaa työntekijän työsuhte. Kun ilmeisin vaihtoehto, irtisanoa-sana, on korvattu monimutkaisella tai vaikeasti ymmärrettävällä kiertoilmauksella, herää kysymys, miksi niin on tehty. Onko irtisanominen sanana esimerkiksi liian dramaattinen tai negatiivinen tai mitä monimutkaisilla tai epämääräisillä kiertoilmaisuilla halutaan viestiä?

Oman tulkintani mukaan 17.8.2012 julkaistu uutinen havainnollistaa aineistoa tältä osin hyvin. Uutinen on otsikoitu ”Sanoma News aloittaa säästöohjelman – Yhtiö karsii väkeä muun muassa Kaakkois-Suomen lehdissä”. Alle on poimittu uutisesta ne kohdat, joilla viitataan mahdollisiin irtisanomisiin ja yt-neuvotteluihin (lihavoinnit MS):

*Sanoma Lehtimedian neuvottelut tähtäävät enimmillään 20 **henkilötyövuoden vähentämiseen**. Vähennykset toteutetaan **irtisanomisin**, osa-aikaistuksin ja **muilla järjestelyillä**.*

*Sanoma Digitalissa, joka julkaisee muun muassa Keltaista Pörssiä, **muutokset** johtavat enimmillään 15 **tehtävän irtisanomiseen** tai osa-aikaistamiseen sekä noin 20 **työntekijän työsuhteen kuvan olennaiseen muuttamiseen**. Toiminnot keskitetään Helsinkiin.*

***Muista toimenpiteistä ja henkilöstövaikutuksista** luvataan kertoa **suunnitelmien** tarkentuessa.*

*”**Sopeutuksen syvyys** riippuu onnistumisesta myynnissä ja kehityshankkeissa”, Soini sanoo. (HS 17.8.2012.)*

Uutisten sanavalinnat ohjaavat myös argumenttien tulkitsemista uutisista. Sanavalinnoilla voidaan paitsi tarkentaa argumentteja myös siirtää tulkintaa kokonaan toiseen suuntaan. Esimerkiksi 27.1.2013 julkaistussa uutisessa *STT-Lehtikuva irtisanoo enintään 22 työntekijää*, sanavalinnoilla on suuri merkitys argumenttien tulkitsemisessä:

*STT-Lehtikuva irtisanoo **enintään** 22 työntekijää*

*Uutis- ja kuvatoimisto STT-Lehtikuva irtisanoo **enintään** 22 työntekijää. Yhtiön yt-neuvottelut päättyivät tiistaina. (HS 27.11.2013.)*

Otsikossa ja jutun alussa toistetaan sanaa enintään. Sanavalinnan merkityksellisyys nousee esiin, kun sen rinnastaa muihin sanoihin, joita tässä yhteydessä olisi voitu käyttää. Enintään olisi voitu korvata esimerkiksi jopa-sanalla. ”STT-Lehtikuva irtisanoo **jopa** 22 työntekijää” -otsikko olisi tuonut uutiseen aivan erilaisen tunnelman. Irtisanoa-sanoa sanaa kuitenkin on käytetty tässä uutisessa suorasukaisesti, kiertoilmaisuja hakematta. Yllä olevassa katkelmassa työntekijät esitetään ihmisinä.

Toisin on alla samasta uutisesta olevassa katkelmassa, jossa irtisanomisten kohteena olevat työntekijät ovat muuttuneet henkilötyövuosiksi, osaksi henkilöstöä tai pelkiksi numeroiksi:

Alun perin vähennystarpeeksi arvioitiin 35 henkilötyövuotta. Irtisanomisten määrä saatiin vähenemään muun muassa eläkeratkaisuilla, osa-aikaistuksilla, luopumalla ulkomailla työskentelevistä avustajista ja vähentämällä kesätyöntekijöiden määrää.
(HS 27.11.2013.)

Uutisessa ei alun jälkeen enää puhuta irtisanottavista ihmisistä vaan vähennystarpeesta ja henkilötyövuosista. Lisäksi lyhyessä uutisessa on käytetty noin puolet uutisen mitasta siihen, että kerrotaan, miten hyvin neuvottelut lopulta päättyivät ja millaisia vaihtoehtoisia ratkaisuja irtisanomisille löydettiin. Esimerkiksi ulkomaanavustajista luopuminen on ollut keino välttää varsinaisia irtisanomisia. Luopuminen sana kantaa tulkintani mukaan erilaista – vapaaehtoisuuteen viittaavaa – sävyä kuin esimerkiksi sanat leikkaaminen, irtisanominen, poistaminen tai lopettaminen, jotka myös olisivat tässä yhteydessä olleet mahdollisia valintoja.

5.2.2 Moniäänisyys

Toinen kirjoittelussa rakentuvien argumenttien kannalta olennainen retorinen keino on tekstien moniäänisyys. Moniäänisyydellä tarkoitan tässä yhteydessä sitä, ketkä ylipäätään pääsevät jutuissa ääneen, miten irtisanomisuutisten osallistujat representoidaan ja mitä he sanovat. Argumenttien kannalta olennainen on myös kysymys siitä, kuka nostetaan uutisessa auktoriteetin asemaan. Tutkimusaineistoni koostuu suurelta osin lyhyistä uutisista, joissa ei ole käytetty lainkaan sitaatteja. Kun tarkastelin tekstien moniäänisyyttä, kiinnitin huomiota sekä niissä esiintyviin tahoihin että mukaan otettuihin sitaatteihin. Lyhyemmissä teksteissä, joissa ei ollut sitaatteja, kiinnitin erityisesti huomiota siihen, kenen osapuolen näkökulmaa niissä tuodaan esiin.

Aineistosta löytyy useampi samaa irtisanomistapahtumaa käsittelevä juttu samalta päivämäärältä 1.11.2013. Tuolloin Helsingin Sanomat ilmoitti vähentävänsä enintään 70 työntekijää. Kyseisen päivän lehdessä asiaa käsiteltiin pääkirjoituksessa sekä taloussivuilla pääjutussa ja sen kainalojutussa. Yksittäiset tekstit muodostavat aineiston sisällä kokonaisuuden, johon jokainen tuo tietyn näkökulman. Tässä tapauksessa voisikin ajatella, että moniäänisyys toteutuu koko päivän lehden mittakaavassa. Itsenäisinä teksteinä uutiset eivät kuitenkaan olleet monipuolisia tai moniäänisiä, eivätkä jutut myöskään ole painoarvoltaan samanlaisia. Siten moniäänisyys ei täysin toteudu. Päätoimittajan allekirjoittamassa pääkirjoituksessa esitetyt argumentit saavat suuremman painoarvon

kuin argumentit, jotka esitetään taloussivujen pääjutun kainalossa, jossa ääneen pääsevät työntekijöiden edustajat eli pääluottamusmiehet.

Lisäksi eri osapuolet eivät keskustele 1.11.2013 julkaistuissa uutisissa, vaan heidät on eriytetty omiin lokeroihinsa. Taloussivuilla julkaistu juttukokonaisuus koostuu pääuutisesta ja sen kainalosta. Kumpikin teksti käsittelee vain konfliktin toista osapuolta: pääjuttu on omistettu työnantajan argumenteille ja kainalo työntekijöiden tunteille. Työntekijät ovat tulkintani mukaan tässä tapauksessa alisteisia työnantajaan nähden, sillä työntekijöiden edustaja saa kainalojutussa pääjuttua vähemmän palstatilaa, kainalo on hyvin tunnepitoinen, eikä siinä ole liiemmin viljelty faktoja tai tietoa argumenttien tueksi. Itse asiassa työntekijöitä edustavan pääluottamusmiehen argumentit on typistetty tunteiksi. Tämä käy ilmi esimerkiksi jutun viimeisestä lauseesta, joka on pääluottamusmies Jussi Ahlrothin sitaatti: *Oma fiilikseni on, että HS:n kokonaistuotteen profiilia ollaan muuttamassa* (HS, 1.11.2013). Samantyyppisen havainnon tekivät Antin, Pesonen ja Rajala vuonna 2006 julkaistussa artikkelissaan, jota käsitelin edellä. Heidän tulkintansa mukaan työntekijät olivat uutisissa mukana edustamassa tunnetta, kun työnantaja pääsi kertomaan logiikkaan ja faktoihin perustuvia näkemyksiään. (Antin, Pesonen & Rajala 2006, 101–102.)

Yt- ja irtisanomisuutisissa erottuu yleensä selvästi kaksi osapuolta: irtisanojat ja irtisanottavat. Aineistoni uutisista löytyy erilaisia ääniä, jotka liittyvät olennaisesti sekä tekstistä etsimiini auktoriteetteihin että siihen, kenen esittämät ja mitä argumenttia puoltavat näkemykset pääsevät teksteissä esille. Kävin läpi aineistoni uutiset sen kannalta, minkä tahon väitteitä niissä tuodaan esiin (ks. Taulukko 9). Teksteistä nousee viisi ”tahoja”, joiden argumentteja tuodaan esiin. Kutsun näitä tahoja argumentoijapositioiksi, jolloin en ota kantaa siihen kuka argumentoi vaan huomio kohdistuu siihen, mistä asemasta tai positioista irtisanomistilanne tehdään lukijalle ymmärrettäväksi. Ilmeisimmät

| Kenen näkökulmaa teksteissä tuodaan esiin? | Monessako tekstissä esillä? (kpl) |
|--|--|
| Irtisanojan | 26 |
| Irtisanottavan | 7 |
| Ympäristön* | 5 |
| Toimittajan | 6 |
| Ulkopuolisen auktoriteetin | 2 |
| *Ympäristöllä tarkoitetaan tässä muita medioita tai Sanoman ulkopuolista abstraktimpaa ympäristöä, kuten median murrosta tai taloutta. | |

Taulukko 9.

argumentoijapositiot ovat *irtisanoja* ja *irtisanottava*. Lisäksi monissa uutisissa *ympäristö* nousi omaksi positioikseen, jolloin asiaa ei tehty ymmärrettäväksi irtisanomisen osapuolten kannalta, vaan aktiiviseksi toimijaksi nousi ympäröivä todellisuus, kuten muut mediat, median murros tai talouden taantuma. Tähän argumentoijapositioon liittyi yleisesti välttämättömyyden argumentti.

Näiden argumentoijapositionien lisäksi uutisista saattoi erottaa jutun kirjoittaneen *toimittajan äänen* sekä kahdessa tapauksessa jonkin *ulkopuolisen auktoriteetin*. Toimittajan ääni oli luettavissa kuudesta uutisesta ja ulkopuolinen auktoriteetti kahdesta. Näissä kahdesta jutusta toinen oli laaja Helsingin Sanomia koskeva irtisanomisuutinen (”Sanoma keskittyy Suomeen ja Hollantiin”, 1.11.2013) ja toinen on samana päivänä julkaistu pääkirjoitus (”Synkän päivän ajatuksia”). Molemmissa jutuissa nostetaan muiden argumentojien joukkoon silloinen pääministeri Jyrki Katainen ja toisessa lisäargumentteja haetaan lisäksi Nordean analyttikko Sami Sarkamieheltä.

Suurimmassa osassa jutuista oli esillä vain yhden osapuolen näkemyksiä. 13:ssä uutisessa esitettiin pelkästään irtisanojan ja yhdessä uutisessa vain irtisanottavien argumentteja. Yhteensä 13 uutisessa oli esillä useampi kuin yksi näkökulma. Kuvaavaa on, että irtisanojan näkökulma pääsi yksinomaaisena esiin lähes puolessa kaikista uutisista. Yhteensä irtisanojan näkökulma tuotiin esiin 26 jutussa 27:stä. Irtisanottavien ääntä edusti kaikissa jutuissa pääluottamusmies. Irtisanottavien näkökulma nousi esiin seitsemässä uutisessa. Näistä uutisista kuudessa oli esillä myös irtisanojan näkökulma.

Aktiivinen ympäristö ja toimittajan ääni eivät missään uutisessa olleet ainoat jutussa esiin tuodut argumentoijapositionit, vaan ne olivat aina esillä joko irtisanojan tai irtisanottavan yhteydessä. Aktiivinen ympäristö -positio esiintyi uutisissa viisi kertaa, ja sitä käytettiin joka kerta irtisanojan argumenttien tukemiseen. Toimittajan ääni on uutisissa usein rivien välissä, tällä positiolla tuotiin uutisiin kriittisiä sävyjä, joita niissä ei muuten olisi ollut. Uutisissa, joissa toimittajan ääni erottui, se oli lähes aina hieman ristiriidassa muuten vallalla olevan irtisanojaposition kanssa. Tavallaan näissä uutisissa oli siis kaksi ääntä kuuluvilla. Näiden uutisten tapauksessa tuntuu, että toimittajan kriittinen ääni on ikään kuin tihkunut läpi. Ainoa poikkeus toimittajan argumentaatioposition käytössä tässä aineistossa on Helsingin Sanomien päätoimittaja Kaius Niemen kirjoittama pääkirjoitus, jossa toimittajan, eli hänen itsensä, ääni on vahvasti läsnä, mutta ei kritisoi tehtyjä päätöksiä (HS 1.11.2013). Kritisoi-mattomuus on tietenkin ymmärrettävää, sillä toimittaja – edes päätoimittaja – ei pääkirjoitussivulla edusta omaansa vaan lehden ja sen omistajan linjaa (esim. Hemánus 1972, 8–9).

Oman tulkintani mukaan esimerkiksi 1.11.2012 julkaistussa uutisessa erottuvat toimittajan valinnat ja sitä kautta toimittajan ääni. Uutisen kirjoittanut toimittaja on nostanut rinnakkain rajut säästötoimet ja yhtiön hyvän tuloksen sekä osakkeen arvonnousun. Alla olevan esimerkin tyyppinen rinnastus on tutkimassani aineistossa kuitenkin poikkeuksellinen:

Vuoden 2011 toisella puoliskolla Sanoma-konserni tarjosi työntekijöille eläke- ja eropaketteja. Niiden seurauksena 225 työntekijää jättää konsernin 2012. Lähtijöitä on sekä sanoma- että aikakauslehdissä, Belgian toiminnoissa että oppimateriaaliyksikössä.

2011 yhtiöstä lähti 33 eläke- tai eropaketin hyväksyntä. Tähän liittyen kirjattiin 21 miljoonaa euroa kertaluonteisia rakennejärjestelykuluja vuonna 2011.

Konsernin liikevaihto pysytteli tammi–syyskuussa suunnilleen ennallaan, mutta liikevoitto ilman kertaluonteisia erä parani 170 miljoonasta eurosta 200 miljoonaan.

Yhtiön osakkeen arvo nousi keskiviikkona yli yhdeksän prosenttia. (HS 1.11.2012.)

Toinen esimerkki toimittajan äänestä tekstin sisällä on 25.9.2013 julkaistu STT-lehtikuvan irtisanomisista kertova uutinen. Uutisen julkaisuajankohtana Helsingin Sanomia julkaiseva Sanoma News on ollut suurin STT-Lehtikuvan omistajista. Uutisen lopussa toimittaja nostaa esiin yhtiön hyvän tuloksen:

STT-lehtikuvan uutis- ja kuvatoimituksessa on 130 kokoaikaista, vakituista työntekijää. Koko yhtiössä heitä on 153.

Viime vuonna STT-Lehtikuva teki lähes 1,3 miljoonaa euroa liikevoittoa. Myös tänä vuonna liikevoitto nousee plussalle, mutta jää paljon viimevuotista pienemmäksi.

Nyt käynnistytävä säästöohjelma on osa ensi vuoden budjetin tekoa. Ensi vuosikin budjetoidaan siten, että liikevoittoa syntyy.” (HS, 25.9.2013.)

Lasken lopun kaksi kappaletta toimittajan kriittiseksi äänenkäytöksi ja toimittajan argumentoinniksi, sillä positiivisen liikevoiton korostaminen irtisanomisten yhteydessä on aineistoni irtisanomis- ja yt-uutisissa poikkeuksellista. Uutisen pituus on alle 2 000 merkkiä, josta noin 300 merkkiä on käytetty STT-Lehtikuvan liikevoiton käsittelyyn. Toimittajan rivien välistä luettava kriittinen rinnastus saa lisäpontta siitä, että se on sijoitettu aivan jutun loppuun. Oman tulkintani mukaan irtisanomisuutisissa vedotaan usein talouden logiikkaan ja sen aiheuttamaan säästöpaineseen. Tämä pohjaoletus joutuu mielestäni kriittiseen valoon, kun sen rinnalle tuodaan tieto yhtiön miljoonavoitoista.

Havaintoni irtisanomisuutisoinnin moniäänisyydestä menevät yksiin aikaisemmin esittelemäni Antinin, Pesosen ja Rajalan (2006) tutkimustulosten kanssa. Tutkijakolmikron havaintoja mukaillen moniäänisyys ilmenee myös omassa irtisanomisista koskevassa lehtiaineistossani siten, että haastateltavat eivät juuri keskustele keskenään. Heidän aineistonsa teksteissä työnantajien repliikit

saavat myös enemmän painoarvoa kuin irtisanottavien työntekijöiden. Oma tulkintani täydentää Antinin ja kumppaneiden tulkintaa: sekä globalisaatiokeskeisessä irtisanomisuutisoinnissa että kansallisessa kehyksessä johtoporras edustaa järkeä, logiikkaa ja perustelua – työntekijäpuoli tunnetta, kiukkua ja turhautumista. Työnantajapuoli selvittää tapahtunutta, ja työntekijät esitetään uhreina, joiden tehtävä on antaa tapahtumalle inhimilliset kasvot. (Antin, Pesonen & Rajala 2006, 101–102.)

Kirjoittelu kuitenkin myös eroaa toisistaan merkittävällä tavalla. Antinin ja kumppaneiden erittelemässä kirjoittelussa oli käytetty paljon haastateltavia ja määrällisesti eniten pääsivät ääneen työntekijät. Minun tutkimassani media-alan irtisanomisia käsittelevässä uutisoinnissa työntekijät jäävät myös määrällisesti marginaaliin. Heidän ääntään ei juurikaan uutisissa kuulla, ja pääargumentoija on usein työnantajan edustaja tai taho, joka on myötämielinen työnantajan tekimille päätöksille.

5.2.3 Painotukset ja toisto

Toisto on tärkeä retorinen keino, jonka avulla tekstissä vahvistetaan irtisanomisiin ja yt-neuvotteluihin liittyviä argumentteja. Kalliokosken (1999) mukaan asian käsittelyä syventävä toisto on nimenomaan nykylehdistölle tyypillinen keino (Kalliokoski 1999, 83). Omassa aineistossani toisto on yksi merkittävimpiä retorisia keinoja, joka samalla sitoutuu tiukasti uutisessa esitettyihin argumentteihin. Toisto on argumenttien muodostumisen kannalta merkittävä retorinen keino myös siksi, että se kätkee sisäänsä tekstin kirjoittaneen toimittajan valintoja. Toimittajallahan on viimekätinen valta päättää, mitä asioita tai sanoja hän tekstissään toistaa ja painottaa. Nostan tämän retorisen keinon esiin myös analysoidessani seuraavassa vaiheessa tarkemmin uutisten pääargumentteja. Toistoa käytettiin retorisena keinona 68 prosentissa aineiston uutisista: merkittävänä argumentaatiota tukevana retorisena keinona toisto on 19 uutisessa kun taas yhdeksässä uutisessa ei käytetty toistoa erityisenä retorisena keinona.

Aineiston uutisissa erottuu kahta erilaista toistoa: joko tiettyjen sanojen tai tietyn teeman toistamista. Sanojen toistaminen tarkoittaa tässä yhteydessä joko yksittäisten sanojen tai sen synonyymien toistumista samassa uutisessa. Teeman toistaminen voi puolestaan olla joko asiakokonaisuuksien, teemojen, väitteiden tai argumenttien toistamista. Niissä uutisissa, joissa toistoa käytettiin merkittävänä retorisena keinona argumentteja luotaessa, oli usein sekä sanatason toistoa että asioiden toistamista. Esimerkkinä kahden eri tavan käyttämisestä samassa jutussa on 30.10.2012 Helsingin Sanomissa Kaupunki-osastolla otsikolla ”HS:n uusi kaupunkilehti saa kokeneen tekijätiimin”

julkaistu uutinen. Kyse on irtisanomisuutisesta, vaikka tämä ei otsikosta olekaan luettavissa. Uutisen aiheena on, että Vartti-lehden lakkauttamisen johdosta irtisanotaan 27 työntekijää. Vartti-lehden tehtäviä alkaa hoitaa saman konsernin sisällä toinen taho.⁹

Sanatasolla uutisessa toistuvat sanat uusi, paikallisuus ja vahvistaminen. Näitä positiivisia sanoja toistamalla uutinen lujittaa jutun pääargumenttia, jonka mukaan vanhan raivaaminen tuo tilaa uudelle ja uudistus parantaa jo entisestäänkin hyvän lehden laatua. Laadun paraneminen on puolestaan asia, jota uutisessa toistetaan eri tavoin.

Uutisessa kerrotaan kuudella eri tavalla (merkitty alla olevaan katkelmaan ylänumeroin), että uudistus ei suinkaan huononna lehden laatua. Sen sijaan muutos tuo tullessaan: uuden lehden, kokeneen tekijätiimin, vahvempaa paikallista sisältöä, enemmän vuoropuhelua lukijoiden kanssa, vahvistuvaa paikallissisältöä, lukijoille tärkeää sisältöä ja lisääntyvää paikallista sisältöä myös Helsingin Sanomien tilaajille:

Otsikko: *HS:n uusi kaupunkilehti¹ saa kokeneen² tekijätiimin*

Ingressi: *Helsingin, Espoon ja Vantaan Vartti loppuu. Metro siirtyy osaksi Helsingin Sanomien toimitusta.*

Helsingin Sanomat alkaa julkaista tammikuussa uutta³ kaupunkilehteä.

Samalla lehti vahvistaa⁴ muutenkin paikallista sisältöään. Pyrkimyksenä on tiivistää entisestään⁵ vuoropuhelua lukijoiden kanssa.

HS:n vahvistuvaa⁶ paikallissisältöä siirtyy tekemään Sanoma Kaupunkilehdistä yhteensä viisi työntekijää. (HS, 30.10.2012.)

Kaiken kaikkiaan toisto on elementti, joka usein johdattaa uutisen pääargumenttien jäljille. Suurimmassa osassa aineistoni uutisia tuodaan esiin useita eri argumentteja. Kaksi eri argumenttia nousee tarkastellussa kirjoittelussa ylitse muiden, kun huomio kohdistetaan siihen, mitä argumentteja pönkitettiin toiston avulla. Ensiksikin toistolla tuettiin väitettä, että yhtiö on syystä tai toisesta pakotettu irtisanomisiin. Tähän väistämättömään ratkaisuun tarjottiin useita syitä talouden taantumasta medioiden kovaan kilpailuun, yhtiön strategiaan ja sen säästöohjelmaan asti. Toinen

⁹ Saman päivän lehdessä 30.10.2012 talousosastolla julkaistiin uutinen samasta aiheesta. Aineistoni pohjalta ei voi sanoa, miten eri osastojen tyylit ja puhutavat eroavat toisistaan laajemmin, mutta ainakin kyseisenä päivänä jutuissa on selvästi eroa. Taloussivujen uutisessa kerrottiin, että lakkautusten takia työpaikkansa menettää 27 työntekijää. Uutinen oli otsikoitu: ”Sanoma lopettaa pääkaupunkiseudun Vartti-lehden”.

argumentti, joka nousi esiin toistoa tarkasteltaessa, oli laadun säilyminen, jopa parantuminen, irtisanomisista huolimatta. Kahdessa uutisessa toiston avulla tuettiin näitä molempia argumentteja.

Toiston avulla voidaan myös vahvistaa argumentin painoarvoa sekä tuoda pääargumenttiin lisäulottuvuuksia ja uusia sävyjä. Jos uutisen pääargumentti esimerkiksi on, että irtisanomiset ovat talouden aiheuttama pakko, tätä sanomaa saatetaan pehmentää toistamalla tekstissä useasti, miten hyvin yritys kuitenkin pitää huolta irtisanotuista henkilöistä. Näin on tehty muun muassa 21.10.2014 julkaistussa uutisessa ”Sanoma irtisanoo 65 työntekijää”. Uutisen alku on kova, jo otsikossa pöytään lyödään kovia lukuja irtisanottujen määrästä ja irtisanomisten syystä. Kuitenkin jo ennen lyhyen uutisen puoliväliä siirrytään kertomaan, miten irtisanomisia pyritään pehmentämään:

*Telemyyntitoiminnot keskitetään alihankintaa lukuun ottamatta Ouluun ja Vantaan Sanomalaan sekä asiakaspalvelutoiminnot Sanomalaan. **Irtisanottaville tarjotaan työtä pääosin muilta paikkakunnilta.***

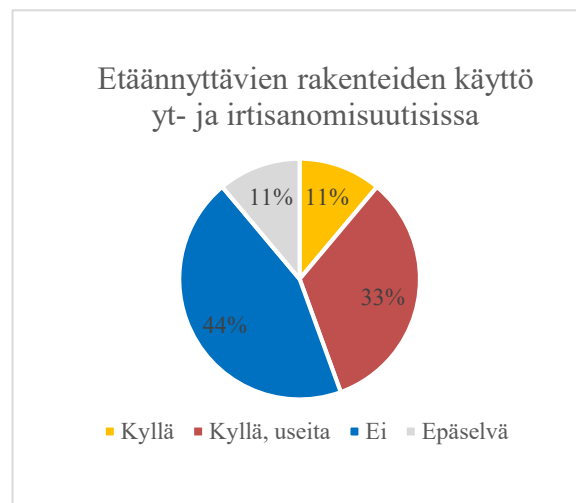
*Kuluttajamyynä ja asiakkuudet -yksikön johtajan **Niina Ryytäsen** mukaan **irtisanomisten vaikutuksia pyritään lieventämään tukipaketeilla.***

*"Lisäksi pyrimme **tarjoamaan työtä muilta paikkakunnilta.** [...] Tämän takia keskitämme toimintojamme tehokkaasti johdetuiksi kokonaisuuksiksi, joita voimme kehittää määrätietoisesti." (HS 21.10.2014.)*

Argumentti, joka tässä uutisessa toiston avulla rakennetaan, on tulkintani mukaan se, että yhtiön on välttämätöntä irtisanoa, mutta kyseessä on silti hyvä ja miellyttävä firma, ei mikään riistäjä. Tämän tyyllisiä irtisanomisia pehmentäviä argumentteja löytyi aineistosta useita erilaisia. Niputin erilaiset irtisanomisten vaikutuksia pehmentävät argumentit ”Sanoma on hyvä irtisanoja” -argumenttiotsikon alle.

5.2.4 Etäännyttäminen retorisenä keinona

Aineistoni uutisissa käytettiin runsaasti etäännyttäviä kielellisiä rakenteita. Jutuista 44 prosentissa käytettiin jotain etäännyttävää retoriikkaa, ja joka kolmannessa uutisessa etäännyttäviä rakenteita käytettiin samassa uutisessa useammin kuin kerran (ks. Kuvio 3). Aineistosta voi havaita erilaisia etäännyttämisen keinoja. Noin kolmasosassa uutisista käytettiin useampaa etäännyttämisen keinoa.



Kuvio 3.

Yksi usein käytetty etäännyttävän retoriikan tapa on tapahtumakulkujen ketjuttaminen. Kyse on rakenteesta, jossa henkilö X kertoo, että yritys B suunnittelevan jotakin muutosta, joka puolestaan voi johtaa irtisanomisiin. Ketjuttamista voi havainnollista seuraavalla poiminnalla yt-uutisesta:

Sanoma kertoi uusista irtisanomisista

Mediayhtiö Sanoman Kaupunkilehdet-yksikkö ja saman konsernin aikakauslehtiä kustantava Sanoma Magazines Finland aloittavat yt-neuvottelut säästöistä, jotka voivat johtaa yhteensä 140 ihmisen irtisanomiseen (HS 5.9.2012).

Seuraavassa uutisessa on käytetty useampaa etäännyttävää rakennetta: asioiden etäännyttäminen ketjuttamalla yhdistyy irtisanomisten syyn vierittämiseen abstraktille toimijalle, tässä tapauksessa ”ohjelmalle”:

Muun muassa Helsingin Sanomia ja Ilta-Sanomia julkaiseva Sanoma News kertoi torstaina käynnistävänsä ohjelman, joka tähtää rakenteellisiin säästöihin. Ohjelman puitteissa arvioidaan laajasti tuotevalikoimaa, prosesseja ja henkilömääriä, yhtiö kertoi. (HS 17.8.2012.)

Mediataloilla on päällä omat säästöohjelmansa, ja he edellyttävät säästöjä myös meiltä. Säästöt pyritään tekemään niin, että uutistoimiston palvelun laatu turvataan”, Petersson sanoo. (HS 25.9.2013.)

Kolmas etäännyttävä rakenne on meidän ja muiden erottelu. Me vs. ne -rakenteella lukijaa kutsutaan uutisissa aktiivisesti osaksi meitä. Yritys esitetään yleensä osana meitä, jolloin sen tekemät ratkaisut

ovat ikään kuin lukijankin ratkaisuja. Irtisanottavat jäävät näissä asetelmissa ulkopuolelle kuin automaattisesti.

Havaintoni etäännyttämisestä ja sanavalinnoista tiivistyvät seuraavassa aineistoon kuuluvassa faktalaatikossa. Faktalaatikot tarjoavat kiteytettyjä taustatietoja kulloinkin uutisessa käsiteltävistä asioista. Faktalaatikko määrittelee siis sitä taustaa, jota vasten uutinen tulee ymmärtää. Seuraavalla esimerkillä ei ensisilmäyksellä ole tekemistä argumentaation kanssa, mutta lähemmin tarkasteltuna se paljastaa, millaisessa suhteessa Sanoman irtisanomiset tarjoillaan lukijoille ymmärrettäviksi suhteessa muihin saman vuoden irtisanomisiin. Kyseessä on Helsingin Sanomien taloussivuilla julkaistu faktalaatikko, johon on koottu vuoden 2012 suurimpia irtisanomisia:

Suurimpia irtisanomisia vuonna 2012

22. 3. Verkkoyhtiö Nokia Siemens Network *irtisanoo* 624.

22. 3. Matkapuhelinyhtiö Nokia *irtisanoo* tuhat *henkeä* Salossa.

2. 4. Tuuliturbiineja valmistava Moventas *irtisanoo* 171 *ihmistä*.

7. 5. Tietotekniikkayhtiö Tieto *irtisanoo* 410 *työntekijäänsä*.

11. 6. Puolustusvoimat saa yt-neuvottelut päätökseen ja *irtisanoo* 1 200 *ihmistä* vuoteen 2015 mennessä.

27. 6. Teräsyhtiö FNsteel *menee konkurssiin* ja 450 yhtiön *työntekijää jää työttömäksi*.

28. 6. Lentoyhtiö Air Finland *menee konkurssiin* ja yrityksen 200 *työntekijää jää työttömäksi*.

4. 7. Lentoyhtiö Finnair *irtisanoo* 280 *ihmistä* moottori- ja laitehuollostaan.

31. 8. Matkapuhelinyhtiö Nokian yt-neuvottelut päättyvät. 2 700 *ihmistä menettää työpaikkansa*.

4.9. Sanoma-konserni *kertoo* aloittavansa yt-neuvottelut, joiden perusteella aiotaan *vähentää* enimmillään 140 *työpaikkaa*. (HS 19.9.2012.)

Listalle on nostettu kymmenen yritystä. Tekstiin on merkitty punaisella yrityksen irtisanomisia kuvaavat verbit ja irtisanomisten seuraukset. Kuudessa kohtaa yritys on aktiivinen toimija, joka irtisanoo ja kahdessa uutisessa irtisanomiset johtuvat yrityksen konkurssista. Yksi uutinen kertoo, että Nokian yt-neuvottelujen päättymisen seurauksena 2 700 ihmistä menettää työpaikkansa. Ainoastaan yhdessä, Helsingin Sanomia käsittelevässä kohdassa, on käytetty etäännyttävää rakennetta: konserni kertoo aloittavansa neuvottelut, jotka saattavat johtaa työpaikkojen vähentämiseen. Lisäksi Helsingin Sanomia käsittelevällä rivillä etäännytys viedään huippuunsa. Kaikissa muissa kohdissa yrityksen toimenpiteiden kohteena on ihminen, joka irtisanotaan tai joka menettää työpaikkansa. Ainoastaan

Helsingin Sanomien mahdollisia irtisanomisia käsittelevässä kohdassa toimien kohteen oleva ihminen lakkaa olemasta olemassa ja muuttuu ”vähentyneiksi työpaikoiksi”. Toisaalta tässä tapauksessa etäännyttävää rakennetta selittää osaltaan se, että on kyse vasta neuvotteluista, joiden lopputulos ei ole vielä selvillä, toisin kuin muissa listan tapauksissa.

Etäännyttämisen eri keinot siirtävät tulkintani mukaan uutisen aiheen kauemmas sekä lukijasta että uutisen kohteena olevasta yrityksestä. Etäännyttävillä rakenteilla on aineistossa kaksi tehtävää suhteessa rakentuviin argumentteihin. Ensinnäkin etäännyttämällä häivytetään toisia väitteitä taaemmas ja toisaalta etäännyttämällä jätetään tilaa muille argumenteille nousta esiin. Näin on tehty esimerkiksi 8.1.2014 Helsingin Sanomissa julkaistussa uutisessa *Helsingin Sanomat vähentää yli 50 työpaikkaa*:

Alun perin Helsingin Sanomat omistava mediayhtiö Sanoma kertoi neuvottelujen saat-tavan johtaa enimmillään 70 työtehtävän päättymiseen. Neuvotteluissa osapuolet löy-sivät useita ratkaisuja, joiden takia irtisanomiset jäivät pelättyä vähäisemmiksi. (HS 8.1.2014.)

Otteen ensimmäisessä virkkeessä irtisanoja etäännytetään asiasta kirjoittavasta sanomalehdestä. Sanoman tulevat irtisanomiset siirretään kauemmas ajallisesti, kun uutisessa kerrotaan konditionaalissa *neuvottelujen saattavan johtaa*. Irtisanomiset etäännytetään myös ihmisistä, kun ihmisten irtisanomisten sijaan puhutaan *70 työtehtävän päättymisestä*. Kun ikävä asia on näin saatu siirretyksi kauemmas lukijasta, jää tilaa seuraavan lauseen argumentille, joka kertoo, että kyseessä ovat neuvottelut, eivät yrityksen yksipuolisesti sanelema tilanne. Lopussa esitetään myös, että lopputulos on hyvä, jos sitä vertaa aikaisemmin pelättyyn lopputulokseen.

Tässä kohtaa Karvosen (1999) ajatukset tapahtumien kuvaamisesta taloustehtävissä kuin itsestään etenevinä linkittyvät omaan tarkasteluuni. Tapahtumien kuvaaminen itsestään eteneviksi on tulkintani mukaan nimittäin yksi etäännyttämisen keino. Itsestään etenevyys on mielestäni sukua myös abstraktien toimijoiden, kuten ”säästöohjelman”, käyttämiselle uutistekstissä. Näillä kielellisillä valinnoilla on suuri merkitys paitsi sille, mitkä argumentit lopulta nousevat uutisissa esiin epäilemättä myös sille, miten tekstejä luetaan. Käsittelen seuraavassa luvussa niitä argumentteja, joita omasta uutisaineistostani nousi.

6 IRTISANOMISUUTISTEN PÄÄARGUMENTIT, OHEISARGUMENTIT JA ARGUMENTTIKATEGORIAT

Tässä alaluvussa raportoin päätutkimustulokseni eli tarkastelen, mitä argumentteja retoristen keinojen avulla luotiin tutkimissani uutisissa. Kerron aluksi, miten määrittelin ja tiivistin lopulliset pääargumentit kaikista aineistossa esiintyvistä argumenteista. Tämän jälkeen esittelen aineistosta tiivistämäni ylätasen argumenttikategoriat ja osoitan esimerkein, miten ne esiintyvät aineistossani. Aineistoni uutisissa irtisanomisten syyksi esitettiin joko talouden logiikkaa, toimintaympäristön muutosta, muita yrityksen ulkoisia syitä, yrityksen strategista uudelleenjärjestelyä tai säästösyitä. Muita argumentteja olivat ”Sanoma on hyvä irtisanoja” ja ”irtisanomiset eivät heikennä tuotteen laatua”. Tarkastelin myös, esitetäänkö uutisoinnissa vasta-argumentteja uutisen pääväitteelle. Osasta aineistoa ei ollut löydettävissä lainkaan argumentteja.

Jaettuani uutisista löytyneet argumentit eri kategorioihin huomasin, että myös kategorioiden väliltä löytyy yhtäläisyyksiä. Näin ollen niputin argumenttikategoriat vielä viideksi laajemmaksi temaattiseksi ryhmäksi, joiden perusteella Helsingin Sanomien yt- ja irtisanomiskirjoittelusta on mahdollista esittää laaja-alaisempia tulkintoja. Teemaltaan yhtenäiset argumenttiryhvät olivat: ”Talous on päätökset saneleva ulkopuolinen voima”, ”Yritys tekee päätökset taloudellisin perustein”, ”Yritysmuutokset argumentit”, ”Irtisanomisille esitetyt vasta-argumentit” ja ”Ei argumenttia”. Tämän luvun lopuksi pohdin, mitä löytämäni argumenttikategoriat ja temaattisemmat argumenttiryhvät kertovat irtisanomisuutisoinnista ja miten ne suhteutuvat aikaisemmin tässä tutkimuksessa esillä olleisiin journalismieettisiin näkökulmiin.

6.1 Pääargumenttien tiivistäminen argumenttikategorioiksi

Kaikissa aineistoni uutisissa oli tunnistettavissa useita argumentteja, eikä niin sanotun pääargumentin hahmottaminen ollut aina yksinkertaista. Pääargumentin määrittelyn apuna käytin sekä uutisten rakennetta, sitaatteja että kielellisten keinojen ja retoriikan tutkimista. Näitä luvussa viisi tarkastelemiani asioita systemaattisesti erittelemällä pääsin uutisissa esitettyjen argumenttien jäljille. Toisin sanoen pääsin jäljille siitä, mitä asioita kussakin jutussa lukijan suuntaan korostetaan ja millaisin keinoin tämä tehdään. Kielentasoisen retoriikan tutkimisen jälkeen siirryn nyt tarkastelemaan niiden avulla tuotettuja argumentteja. Lähes kaikista uutisista löytyi useita argumentteja, joilla oli teksteissä erilainen painoarvo.

Poimin kustakin uutisesta otsikkotason argumentin, jutun kärjen argumentin, sitaateissa olevat argumentit sekä mahdolliset toimittajan argumentit ja vasta-argumentit. Lisäksi tutkin, millaisia argumentteja tuetaan toiston avulla, ja mikä on argumenttien järjestys. Taulukkoon kategorioiksi nostamani argumentit perustuvat tekstissä esiintyvien retoristen keinojen analysointiin, tiivistämiseen ja ryhmittelyyn. Uutisista löytyi kymmeniä erilaisia argumentteja, mutta ryhmittelyn avulla oli helppo huomata niiden välillä samoja teemoja. Jaottelin kaikki löytämäni argumentit ryhmiin sen mukaan, mikä niiden perimmäinen väite oli. Lopulta näitä väitteitä tarkastelemalla ja niputtamalla määritin kullekin uutiselle pääargumentin ja sitä tukevat argumentit. Nämä lopulliset argumentit on listattu taulukossa 10.

| Tunniste | Argumenttikategoria | Uutiset, joissa argumentti esiintyy (lkm) | | |
|----------|--|---|------------------------|------|
| | | Pääargu- menttina | Oheis- argumenttina | Yht. |
| A | Irtisanomisten syynä talouden logiikka | 5 | 4 | 9 |
| B | Irtisanomisten syynä toimintaympäristön muutos ja/tai median murros | 4 | 10 | 14 |
| C | Irtisanomisten syynä muut yrityksen ulkoiset syyt | 1 | 1 | 2 |
| D | Organisaatiouudistus Mediatalon strategia | Yhdistetty: Irtisanomisten syynä yrityksen strateginen uudelleenjärjestely | 10 0 | 10 |
| E | Sanoma on hyvä irtisanoja | 1 | 6 | 7 |
| F | Irtisanomiset eivät heikennä tuotteen laatua | 2 | 6 | 8 |
| G | Irtisanomisten syynä säästöohjelma Irtisanomisten syynä säästötarve | Yhdistetty: Irtisanomisten syynä yrityksen säästösytyt | 2 2 | 4 |
| H | Irtisanomisille esitetty vasta-argumentti | 0 | 4 | 4 |
| I | Ei argumenttia | 3 | 0 | 3 |

Taulukko 10. Aineiston argumenttikategoriat

Taulukossa 10 esittelen tiivistetysti aineistosta tunnistamani ylätasoon argumentit sekä niiden esiintymisen pääargumentteina ja oheisargumentteina (kpl). Sama argumentti on luokiteltu yhden uutisen kohdalle vain kerran. Vain yhden uutisen tapauksessa rajanveto sen välille, onko pääargumentti talouden logiikka vai toimintaympäristön muutos, oli mahdotonta, ja päädyin merkitsemään pääargumentiksi molemmat. Tästä syystä pääargumentteja löytyy taulukosta 28, vaikka uutisia on aineistossa 27. Samaa argumenttia ei ole luokiteltu samassa uutisessä sekä pääargumentiksi että sitä tukevaksi argumentiksi. Samassa uutisessä saattaa olla useampia

oheisargumentteja. Työn lopusta löytyvässä liitteessä (ks. Liite 4) havainnollistetaan, miten eri argumenttikategoriat ilmenevät aineiston yksittäisissä jutuissa.

Argumenttien tällainen konstruointi tarkoittaa, että aineistosta tunnistamani ylätasen argumentit esiintyvät tutkimissani teksteissä vain harvoin sellaisinaan. Väitteiden konstruoinnissa palaan Kakkuri-Knuutilan (2013) esittämään ajatukseen väitteiden rajustakin muokkaamisesta ja tiivistämisestä perimmäisen asiasisällön esiin saamiseksi. Väitteiden ja perusteluiden pelkistäminen vaatii Kakkuri-Knuutilan mukaan pelkistämällä saadut argumentit voivat olla jopa sellaisia, joita ei ole ilmaistu tekstissä suoraan. Kakkuri-Knuutila toteaa, että kaikki argumentin osat eivät välttämättä ole tekstissä läsnä. Myöskään pääväitettä ei välttämättä voi löytää alkuperäsitekstistä sellaisenaan. (Emt., 71.) Itse pyrin tiivistämään argumentteja niin, että pääsen lopulta empiirisen aineistoni talousuutisissa esitettyjen keskeisempien viestien jäljille. Seuraavaksi avaan lyhyesti jokaisen tiivistämäni ylätasen argumentin ja annan esimerkin siitä, miten ne rakentuivat aineistoni teksteissä. Tarkastelemistani jutuista pystyi tiivistämään kahdeksan ylätasen argumenttia (A–H), yhdeksännen ylätasen argumentin muodostaa Ei argumenttia -kategoria (I).

6.1.1 Syynä talouden logiikka

Irtisanomisten/yt-neuvottelujen syynä talouden logiikka (A) -argumenttia on käytetty yhteensä yhdeksässä uutisessa eli noin kolmasosassa uutisista. Viidessä uutisessa argumentti on pääargumentin asemassa ja neljässä oheisargumenttina. Talouden logiikka -argumentti vetoaa siihen, että irtisanomisten tai yt-neuvottelujen perimmäinen syy on niin sanottu talouden maalaisjärki. Talouden logiikka on implisiittisesti läsnä lähes kaikissa uutisissa, mutta laskin tähän kategoriaan vain ne uutiset, joista löytyy tekstistä perusteet argumentille. Alla olevassa katkelmassa lakkauttamisten syyn kerrotaan olevan tappiollisuus:

Sanoma Magazines suunnittelee tappiota tekevien 3T-, Iiris-, ja Kodinrakentaja-lehtien lakkauttamista. Näistä Iiris ja 3T perustettiin vasta viime vuonna.

(HS 4.9.2013.)

Vaikka useimmista uutisista oli löydettävissä viittauksia talouden logiikkaan, se ei silti noussut argumentiksi läheskään kaikissa uutisissa. Ero talouden logiikan taustavireen ja talouden logiikalla argumentoimisen välillä voi olla häilyvä, mutta päädyin erittelyssäni siihen, että merkitsen talouden logiikan argumentiksi vain silloin, kun sitä on korostettu retoristen keinojen avulla. Myös ne uutiset, joista ei löytynyt suoranaista argumenttia, tuntuivat pohjaavat markkinatalouden logiikalle. Tämä näkyi uutisen aiheessa, julkaisupaikassa lehden talous-osastolla ja kielen tasolla sanavalinnoissa.

Uutiset, joissa talouden logiikka ei noussut argumentiksi asti, lasken osaksi Ei argumenttia -kategoriaa (I).

6.1.2 Syynä toimintaympäristön muutos tai median murros

Irtisanomisen/yt-neuvottelujen syynä toimintaympäristön muutos ja/tai median murros (B): Lasken tähän argumenttikategoriaan ne uutiset, joissa irtisanomisia perustellaan yrityksen ulkopuolisilla tekijöillä. Yhdistin tähän kategoriaan sekä toimintaympäristön muutokseen että median murrokseen perustuvat argumentit, sillä monessa uutisessa nämä tekijät lomittuvat keskenään, ja niitä käytetään osittain synonyymeina. Kokonaisuutena arvioiden toimintaympäristön muutos tai median murros -argumentti on argumenteista yleisin. Siihen vedotaan 14 uutisessa 27:sta eli noin 50 prosentissa aineistoni uutisista. Ympäristötekijöitä käytettiin kuitenkin huomattavasti useammin oheisargumenttina (kymmenessä uutisessa) kuin pääargumenttina (neljässä uutisessa). Seuraavassa katkelmassa on yhdistetty erilaisia ympäristötekijöitä irtisanomisia perusteltaessa:

Digitaalinen murros ja heikot talousnäkyvät asettavat toimitukset hankalaan tilanteeseen, jossa jatkuva uusiutuminen on välttämätöntä. Uusiutuminen tarkoittaa myös kipeitä ratkaisuja. Sellaisessakin tilanteessa on yritettävä tehdä entistä parempia sisältöjä. (HS 1.11.2013.)

6.1.3 Syynä muut ulkopuoliset tekijät

Irtisanomisten syynä muut yrityksen ulkoiset syyt (C): Tämän kategorian argumentteja käytetään ainoastaan kahdessa aineiston uutisessa (7 prosentissa aineistosta). Argumentti esiintyy kerran pääargumenttina ja kerran oheisargumenttina. Päätin kuitenkin säilyttää tämän kategorian irrallisena edellisestä kategoriasta (B), sillä esitetyt syyt irtisanomisille ovat paljon spesifimmät kuin edellisessä kategoriassa. Epämääräisen median murroksen tai toimintaympäristön muutoksen sijaan tämän kategorian uutisissa irtisanomisia on perusteltu esimerkiksi Yle-verolla tai hallituksen toimilla, kuten seuraava ote havainnollistaa:

Lehtimedian toimitusjohtajan Jarmo Koskisen mukaan taustalla vaikuttavat lehtitilausten arvonlisävero ja Yle-vero, jonka takia Yleisradio voi jakaa aiempaa enemmän paikallisia sisältöjä ilmaiseksi. (HS 17.8.2012.)

6.1.4 Syynä strateginen uudelleenjärjestely

Irtisanomisten/yt-neuvottelujen syynä yrityksen strateginen uudelleenjärjestely (D): Irtisanomisten syynä strateginen uudelleenjärjestely -argumenttikategoriaan on yhdistetty organisaatiouudistukseen ja mediatalon strategiaan vetoavat argumentit. Erotuksena edellisiin kategorioihin (B ja C), tämän kategorian argumentit pohjaavat yrityksen ulkoisen todellisuuden sijaan sen sisäiseen toimintaan. Näissä argumenteissa korostuvat yleensä muutos ja uudistus. Strateginen uudelleenjärjestely siirtää huomion lopputuloksesta prosessiin, eli mahdollisista irtisanomisista toimitusosastojen muutokseen. Strateginen uudelleenjärjestely -argumenttia saattoi tunnistaa kymmenessä uutisessa, eli 37 prosentissa aineiston jutuista. Kyseessä on aineistoa selvästi hallitseva pääargumentti. Tämän kategorian argumentteja ei käytetty oheisargumenttina yhdessäkään uutisessa. Huomattakoon, että tämän kategorian kanssa temaattisesti samalla linjalla on säästösyyt-argumenttikategoria (G). Seuraavassa katkelmassa irtisanomisten syynä kerrotaan suoraan olevan organisaatiouudistus:

Helsingin Sanomat perustelee vähennyksiä muun muassa lähiviikkoina toteutuvilla organisaation muutoksilla. Lehti uudistaa juttujen käsittely- ja laadunvarmistusorganisaationsa. (HS 08.01.2014.)

6.1.5 Yritysmuoneiset argumentit

Sanoma on hyvä irtisanoja (E): Tämä kategoria muodostuu argumenteista, jotka esittävät kovaan talouteen nojaavien argumenttien tueksi pehmeämpiä ja yrityksen näkökulmasta positiivisia argumentteja. Tästä kertoo esimerkiksi, että Hyvä irtisanoja -argumentti nousi pääargumentiksi vain yhdessä uutisessa, mutta sitä käytettiin muiden argumenttien tukemiseen kuudesti. Yhteensä tämän argumenttikategorian argumentteja käytettiin 7 kertaa eli 26 prosentissa uutisista.

Sanoma on hyvä irtisanoja -argumentti koostuu erilaisista yrityksen toiminnan kannalta myönteisistä väitteistä. Yksi tällainen työntäjän näkökulmasta myönteinen väite löytyy esimerkiksi 8.1.2014 julkaistussa uutisessa pääluottamusmies Jussi Ahlrothin sitaatista:

"Iso joukko Hesarin toimituksen työntekijöitä irtisanotaan. Samaan aikaan täytyy sanoa, että neuvotteluissa saavutettiin todellisia tuloksia ja monta työpaikkaa pelastettiin", [pääluottamusmies] Ahlroth sanoo (HS 8.1.2014.)

Irtisanomiset/yt-neuvottelut eivät heikennä tuotteen laatua (F): Kuten edellä esitelty Sanoma on hyvä irtisanoja -argumenttikategoria, myös Laatu ei heikkene -kategorian argumenteilla tuodaan

kovaan talouteen nojaavan argumentoinnin ohien pehmeämpiä argumentteja. Yt-neuvottelut tai irtisanomiset eivät heikennä laatua -väite on kahdessa uutisessa pääargumenttina ja kuudessa uutisessa oheisargumenttina. Yhteensä tämän kategorian argumentteja käytettiin kahdeksassa uutisessa, eli 30 prosentissa aineistoni jutuista. Laskin Laatu ei heikkene -kategoriaan mukaan myös pysyvyyteen liittyvät väitteet, joissa tuotiin esiin, että irtisanomisista ja yt-neuvotteluista huolimatta mikään ei muutu huonommaksi. Havaittiin, että kun Laatu ei heikkene -argumenttiin yhdistetään uutuuden, uudistumisen ja uudenlaisen tekemisen hehkutus, sen voi tulkita jopa lupaukseksi laadun paranemisesta. Tästä toimii esimerkkinä alla oleva katkelma Helsingin Sanomissa 30.10.2012 julkaistusta uutisesta:

HS:n uusi kaupunkilehti saa kokeneen tekijätiimin

Helsingin, Espoon ja Vantaan Vartti loppuu. Metro siirtyy osaksi Helsingin Sanomien toimitusta.

Samalla lehti vahvistaa muutenkin paikallista sisältöään. Pyrkimyksenä on tiivistää entisestään vuoropuhelua lukijoiden kanssa. (HS 30.10.2012.)

Laatu ei heikkene -argumenttia on käytetty myös päätoimittajan allekirjoittamassa pääkirjoituksessa:

Helsingin Sanomien kohdalla kyse on valinnoista. Keskitymme sisällölliseen ytimeen, eli laadukkaan journalismin tekemiseen ja vaalimiseen. Emme luovu lukijoita puhuttelevista syvällisistä artikkeleista, reportaaseista ja analyyseistä. Tähtäämme paremmalla organisoinnilla asiantuntijajournalistien roolin kasvattamiseen. (HS, Pääkirjoitus 1.11.2013.)

6.1.6 Kaiken takana säästösyöt

Irtisanomisten/yt-neuvottelujen syynä yrityksen säästösyöt (G): Irtisanomisten syynä säästösyöt -argumenttikategoriaan (G) on yhdistetty kaksi hyvin samankaltaista argumenttiryhmää: irtisanomisten syynä säästöohjelma sekä irtisanomisten syynä säästötarve. Tämän kategorian argumenteille on yhteistä, että vaikka irtisanomiset ja yt-neuvottelut esitetään välttämättöminä, säästöjä perustellaan vain niillä itsellään, ikään kuin säästettäisiin säästämisen vuoksi. Säästöt nousevat näissä uutisissa siis eräänlaiseksi itseisarvoksi. Tämän argumenttikategorian argumentteja löytyy aineistosta neljästä uutisesta (15 prosentissa). Kahdessa uutisessa säästösyöt ovat

pääargumenttina ja kahdessa oheisargumenttina. Seuraavassa kaksi esimerkkiä aineistosta tämän argumenttikategorian havainnollistamiseksi:

[Säästö-]Ohjelman puitteissa arvioidaan laajasti tuotevalikoimaa, prosesseja ja henkilömääriä, yhtiö kertoi (HS 17.8.2012).

”Osana säästö- ja digisuunnitelmaa yhtiö laajentaa 60 miljoonan euron säästöohjelmansa sataan miljoonaan euroon. Säästöt kohdistuvat lähinnä Hollantiin ja Suomeen.”
(HS, Talous 1.11.2013.)

6.1.7 Kritiikkiä tai vasta-argumentteja

Tapahtumille esitetty vasta-argumentti (H): Tähän kategoriaan sisällytin argumentit, jotka toivat uutiseen irtisanomisista tai yt-neuvotteluja kriittisesti tarkastelevan näkökulman. Vasta-argumentin esittäjällä ei ole merkitystä, ainoastaan argumentin sisällöllä. Vasta-argumentiksi ei riitä, että esimerkiksi työntekijän edustaja pääsee uutisessa esittelemään tunteitaan irtisanomisista. Vasta-argumentiksi sitaatti muuttuu vasta, jos siinä kritisoidaan nykytilaa tai tarjotaan sille vaihtoehto. Vasta-argumentteja löytyi aineistosta yhteensä neljästä uutisesta eli 15 prosentista. Kaikissa tapauksissa kyseessä oli oheisargumentti. Pääargumenttina ei kertaakaan käytetty irtisanomisten suhteen kriittistä argumenttia. Vasta-argumentin saattoi esittää haastateltava tai jutun kirjoittanut toimittaja. Alla esimerkki 1.11.2013 julkaistusta uutisesta, joka on edellisen otteen kainalojuttu:

Peurakosken mukaan työnantajan uskon loppuminen Nelosen uutisiin johtuu siitä, että katsojamäärät eivät riitä Nelonen Medialle. Uutisten katsojamäärät ovat kasvaneet vuodessa 20 prosenttia.

Helsingin Sanomien pääluottamusmies Jussi Ahlrothin mukaan toimittajien ensireaktiona oli lamaannus.

”Vain sillä, että ihmisillä on aikaa istua pöydän ääressä ja pohtia asioita, syntyy hyvää journalismia”, hän muistuttaa.

”Oma fiilikseni on, että HS:n kokonaistuotteen profiilia ollaan muuttamassa.” (HS, Talous, kainalo 1.11.2013.)

Uutisen alkuosa on omistettu työntekijöiden tyrmistyksen ja tunnevyöryn kuvailuun, mutta uutisen loppuosasta (ote edellä) on luettavissa kaksikin kriittistä argumenttia. Ensimmäinen kritiikki nousee ensimmäisen kappaleen vastakkainasettelusta, jossa todetaan, että irtisanomisten syynä on Nelosen uutisten katsojalukujen riittämättömyys. Samalla kuitenkin kerrotaan, että katsojaluvut ovat

kasvaneet merkittävästi. Toinen kriittinen argumentti syntyy pääluottamusmies Ahlrothin kahdesta sitaatista, joihin uutinen päättyy. Ensin hän muistuttaa, että hyvä journalismi vaatii aikaa vihjaten sen jälkeen, että koko HS-tuotteen linjaa ollaan muuttamassa. Tästä sitaattien yhdistelmästä voi lukijalla herätä kysymys, ollaanko Helsingin Sanomia kenties muuttamassa huonomman journalismin suuntaan?

Ei argumenttia (I): Tämä kategoria sisältää nimensä mukaan ne aineistoni uutiset, joista ei ole tunnistettavissa lainkaan argumentointia. Yleensä nämä uutiset ovat hyvin lyhyitä ja kertovat asian nykytilan ilman taustoittamista, tulevaisuuden uumoilua tai selityksiä. Näitä uutisia löytyy aineistosta yhteensä kolme (11 prosenttia).

6.1.8 Esimerkkianalyysi

Avaan argumentaation ilmenemistä aineistossani tarkastelemalla lähemmin uutista, joka julkaistiin Helsingin Sanomissa 8.1.2014 otsikoilla ”Helsingin Sanomat vähentää yli 50 työpaikkaa – Televisiouutiset lyhenevät, mutta yhtään HS:n tuotetta ei lopeteta” julkaistun uutisen. Havainnollistan analyysiani poimintoihin tekemilläni alleviivauksilla ja lihavoinneilla. Tarkasteleman uutinen löytyy kokonaisuudessaan tämän tutkimuksen liitteistä (ks. Liite 5). Uutisessa on käytetty pääargumentin tukemiseen kolmea muuta argumenttia. Uutisen pääargumentti on, että irtisanomisten perimmäisenä syynä on organisaation strateginen tarve uudistua (tutkimuksessani argumenttikategoria D). Pääargumentti rakentuu tässä tapauksessa sille, että argumentti esitetään tekstissä suoraan (alleviivattuna). Lisäksi perustelu sijaitsee aivan uutisen alussa, mikä vahvistaa juuri tämän argumentin nostamista pääargumentiksi, vaikka uutinen tarjoilee myös monia muita argumentteja:

Helsingin Sanomat perustelee vähennyksiä muun muassa lähiviikkoina toteutuvilla organisaation muutoksilla. Lehti uudistaa juttujen käsittely- ja laadunvarmistusorganisaationsa. (HS 8.1.2014.)

Strategisen uudelleenjärjestelyn pääargumenttia tuetaan uutisessa kolmen muun argumenttikategorian väitteellä. Ensin irtisanomisten vaikutuksia pehmennetään kertomalla, että leikkauksista huolimatta lehden laatu ei heikkene (argumenttikategoria F). Väitettä, että muutokset eivät heikennä tuotteen laatua, vahvistetaan toistamalla sitä uutisen sisällä. Laatu ei heikkene -väite esitetään 2 800 merkin mittaisessa uutisessa viitteenomaisesti kuusi kertaa. Olisinkin voinut nostaa myös Laatu ei heikkene -argumentin tämän uutisen pääargumentiksi, mikäli organisaatiouudistusargumentti ei olisi saanut niin vahvaa asemaa heti uutisen kärjessä. Laatu ei heikkene -argumenttia

käytetään tässä tukemaan uutisen pääargumenttia ja tuomaan uutiseen pehmeämpiä sävyjä. Argumenttia tuetaan hienovaraisesti myös uutisen ingressissä:

*Televisiounutiset lyhenevät, **mutta yhtään HS:n tuotetta ei lopeteta***(HS 8.1.2014).

Laatu ei heikkene -argumenttia tuetaan myös arvovaltaisella sitaatilla. Kuten toin aikaisemmin esiin, sillä kuka pääsee lehden sivuilla määrittelemään totuutta, on merkitystä. Tässä uutisessa vastaava päätoimittajan Kaius Niemi pääsee käyttämään asioiden määrittelyvaltaa sitaatissa seuraavasti:

"Uusi malli on suunniteltu niin, että pienemmällä väellä voimme taata meidän korkean journalistisen tasomme. Muuttamalla toimintamalleja voimme varmistaa, että toimittajat voivat keskittyä niihin sisältöihin ja tehtäviin, joissa heidän erikoisosaamisensa on parasta", vastaava päätoimittaja Kaius Niemi sanoo. (HS 8.1.2014.)

Laatu ei heikkene -argumentti pitää sisällään myös pysyvyyteen liittyvät väitteet, eli sen että uudistus ei oikeastaan muuta mitään. Tähän argumentin sisällytin myös uutuuden hehkuttamisen silloin, kun uutisesta on luettavissa, että uusi on parempi kuin vanha. Kun uutuuden, uudistumisen ja uudenlaisen tekemisen hehkutus yhdistyy tekstissä ajatukseen, että laatu ei heikkene, tämän voi tulkita jopa lupaukseksi laadun paranemisesta. Alla olevaan tekstikatkelman olen lihavoanut tätä argumenttikategoriaa esiin tuovat ilmaisut:

*Lehti **uudistaa** juttujen käsittely- ja laadunvarmistusorganisaationsa. --- **Uusi malli on suunniteltu niin, että pienemmällä väellä voimme taata meidän korkean journalistisen tasomme. Muuttamalla toimintamalleja voimme varmistaa, että toimittajat voivat keskittyä niihin sisältöihin ja tehtäviin, joissa heidän erikoisosaamisensa on parasta.** --- **Muutos ei vaikuta lehden rakenteeseen, eikä yhtään tuotetta lopeteta.** Ulkomaiden kirjenvaihtajat ja kotimaan aluetoimitukset **säilyvät ennallaan.** (HS 8.1.2014.)*

Uutisen pääargumenttia pönkitetään yritysmyönteisen argumentoinnin lisäksi argumentilla, että uudistumispaineen takana on median murros ja toimintaympäristön muutos (argumenttikategoria B). Seuraavassa tekstikatkelmassa on samasta uutisesta poimittu esimerkki pääargumentin tukemisesta median murros -argumentilla:

Yhä suurempi osa väestöstä hakee haluamansa uutiset ilmaiseksi verkosta. Lehtien levikit ja tulot supistuvat, joten ne eivät voi enää pitää palkkalistoillaan yhtä suurta määrää toimittajia kuin ennen. (HS 8.1.2014.)

Uutisessa esitetään myös argumentti, että Sanoma on hyvä irtisanoja (argumenttikategoria E). Kuten edellä esitelty laatu ei heikkene -argumentti, myös tällä argumentilla tuodaan kovaan talouteen nojaavan pääargumentin tueksi pehmeämpiä ja yrityksen näkökulmasta positiivisia argumentteja. Hyvä irtisanoja -argumentti koostuu erilaisista yrityksen toiminnan oikeuttamiseen tähtäävistä väitteistä. Alla ovat ne uutisessa esiintyneet kohdat, jotka mielestäni tukevat ajatusta Sanomasta hyvänä työnantajana ja irtisanojana:

Helsingin Sanomat on ollut Ilta-Sanomien ohella ainoa keskeinen suomalainen kaupallinen media, jonka toimituksessa ei ennen ole ollut laajamittaisia irtisanomisia.

"Iso joukko Hesarin toimituksen työntekijöitä irtisanotaan. Samaan aikaan täytyy sanoa, että neuvotteluissa saavutettiin todellisia tuloksia ja monta työpaikkaa pelastettiin", [pääluottamusmies] Ahlroth sanoo.

Alun perin Helsingin Sanomat omistava mediayhtiö Sanoma kertoi neuvottelujen saatavan johtaa enimmillään 70 työtehtävän päättymiseen. Neuvotteluissa osapuolet löysivät useita ratkaisuja, joiden takia irtisanomiset jäivät pelättyä vähäisemmiksi.

Kahdeksalle työntekijälle tarjotaan eläkettä ja seitsemälle töitä muualta Sanoma Media Finlandissa. Kahdeksan työntekijän työsuhte muuttuu osa-aikaiseksi.

(HS 8.1.2014.)

6.2 Argumenttikategorioista teemaryhmiksi

Jaettuani uutisista löytyneet argumentit eri kategorioihin huomasin, että kategorioiden väliltäkin löytyy yhtäläisyyksiä. Niputin argumenttikategoriat vielä viideksi laajemmaksi temaattiseksi ryhmäksi, joiden perusteella Helsingin Sanomien yt- ja irtisanomiskirjoittelusta on mahdollista esittää laaja-alaisempia tulkintoja. Jaoin uutisista löytyneet ylätasen argumenttikategoriat viiteen ryhmään taulukon 11 osoittamalla tavalla.

Taulukko esittää eri argumenttikategorioista muodostuvat temaattisesti yhteneväiset ryhmät. Argumenttikategoriat A, B ja C muodostavat teemaryhmän 1: *Talous yrityksen päätökset saneleva ulkopuolinen voima*. Argumenttikategoriat D ja G muodostavat teemaryhmän 2: *Yritys tekee päätökset taloudellisin perustein*. Argumenttikategoriat E ja F muodostavat teemaryhmän 3: *Yritysmuutokset argumentit*. Argumenttiryhvät 4 ja 5 muodostuvat kukin vain yhdestä

argumenttikategoriasta, joten ryhmät on nimetty sanoin kuin argumenttikategoriat edellä (ks. Taulukko 10; Liite 3).

| Argumenttikategorioista teemaryhmiksi | | Uutiset, joissa on käytetty (lkm) | | |
|---------------------------------------|---|-----------------------------------|----------------------------|----------|
| | | Pääargu- menttina | Oheis- argumenttin a | Yht . |
| RYHMÄ 1 | Talous on päätökset saneleva ulkopuolinen voima | 10 | 15 | 25 |
| A | Irtisanomisten syynä talouden logiikka | 5 | 4 | 9 |
| B | Irtisanomisten syynä toimintaympäristön muutos ja/tai median murros | 4 | 10 | 14 |
| C | Irtisanomisten syynä muut yrityksen ulkoiset syyt | 1 | 1 | 2 |
| RYHMÄ 2 | Yritys tekee päätökset taloudellisin perustein | 12 | 2 | 14 |
| D | Irtisanomisten syynä strateginen uudelleenjärjestely | 10 | 0 | 10 |
| G | Irtisanomisten syynä yrityksen säästösyyt | 2 | 2 | 4 |
| RYHMÄ 3 | Yritysmuutokset argumentit | 3 | 12 | 15 |
| E | Sanoma on hyvä irtisanoja | 1 | 6 | 7 |
| F | Irtisanomiset eivät heikennä tuotteen laatua | 2 | 6 | 8 |
| RYHMÄ 4 | Irtisanomisille esitetty vasta-argumentti | 0 | 4 | 4 |
| RYHMÄ 5 | Ei argumenttia | 3 | 6 | 8 |

Taulukko 11. Argumenttikategorioista muodostuneet argumenttien teemaryhmät

Ensimmäisessä teemaryhmässä talous näyttäytyy ulkopuolisena voimana, joka ohjailee yritystä ilman, että yritys itse voi juurikaan vaikuttaa asioihin. Tähän ryhmään kuuluvat argumenttikategoriat A, B ja C. Nimeän tämän ryhmän teemaksi ”Talous on päätökset saneleva ulkopuolinen voima”. Tähän ryhmään kuuluvat yleiseen talouden logiikkaan, toimintaympäristön muutokseen tai median murrokseen vetoaminen sekä vetoaminen muihin yrityksen ulkopuolisiin tekijöihin. Näitä muita tekijöitä aineistossa olivat muun muassa muiden medioiden toimet tai hallituksen toimet. Tämän teemaryhmän argumentteihin vedotaan aineistossa useimmin, peräti 25 uutisessa.

Toisen teemaryhmän lähtökohtana on, että yritys on aktiivinen toimija, joka tekee ratkaisuja talouden realiteettien pohjalta. Tähän ryhmään sisällytin argumenttikategoriat D ja G. Nimeän tämän ryhmän teemaksi ”Yritys tekee päätökset taloudellisin perustein”. Argumentaatioissa ovat mukana yrityksen strateginen uudelleenjärjestely, joka pitää sisällään niin organisaatiouudistukset kuin mediatalon

yleiseen toimintastrategiaan vetoamisen, sekä säästösytyt, joihin puolestaan sisältyy vetoaminen yrityksen säästöohjelmaan tai säästötarpeeseen. Tämän teemaryhmän argumentteja löytyy yhteensä 14 uutisesta. Yrityksen strategiaan vetoavia pääargumentteja tuettiin useimmin yrityksen ulkopuolisilla syillä (kahdeksassa uutisessa) ja seuraavaksi useimmin yritysmuotoisilla argumenteilla (kuudessa uutisessa).

Kolmas temaattinen ryhmä kokoaa yrityksen kannalta positiivisia argumentteja sisältävät argumenttikategoriat E ja F. Kuvaan ryhmän teemaa nimellä ”Yritysmuotoiset argumentit”. Argumenttikategoriassa (argumenttikategoria E) vedotaan siihen, että yritys, tässä tapauksessa Sanoma-konserni, on hyvä irtisanoja. F-kategorian argumentit puolestaan vetoavat siihen, että irtisanomiset tai yt-neuvottelut eivät huononna toiminnan laatua. Tämän teemaryhmän argumentteja löytyi yhteensä 15 uutisesta eli yli puolesta tutkittuja uutisia, ja niitä käytettiin yleisimmin tukemaan kahta edellä mainittua talouteen liittyvää teemaryhmää. Pääargumenteiksi kolmannen teemaryhmän yritysmuotoisia argumentteja oli nostettu kolmessa uutisessa.

Neljännän teemaryhmän muodostavat irtisanomisille esitetyt vasta-argumentit (argumenttikategoria H). Viidennen teemaryhmän muodostuessa argumenttikategoriasta I.

6.3 Mitä argumentointi kertoo?

Uutisten argumenttien niputtaminen argumenttikategorioihin ja niistä muodostuviin laajempiin temaattisiin argumenttiryhmisiin ei ole absoluuttista, vaan sisältää runsaasti tutkijan tulkintaa. Lisäksi vaikka olen sijoittanut aineistoni yksittäiset uutiset aina yhteen kategoriaan ja ryhmään, suurin osa uutisista sisältää useita erilaisia argumentteja, jotka puolestaan voivat kuulua moneenkin eri argumenttikategorioihin ja -ryhmiin (vrt. Liite 4). On kuitenkin huomattava, että en pyri argumenttien ryhmittelyn avulla sanomaan mitään yksittäisistä uutisista tai tietyistä argumenteista. Sitä vastoin tavoitteeni on tutkia niitä laajempia argumentointitapoja, joita Helsingin Sanomat käyttää irtisanomis- ja yt-uutisissaan tutkimusajankohtanani. Tästä huolimatta on hyvä huomata, että yksittäisestä tekstistä voi olla luettavissa useita mahdollisia tulkintoja argumenteille. Itse olen pyrkinyt tulkitsemaan ja luokittelemaan aineistoni uutisia johdonmukaisesti luvussa 4.3 hahmottelemallani pohjalta. Tässä alaluvussa tulkitSEN argumenttikategorioita laajemmassa kontekstissa ja pohdin, mitä tunnistamani laajemmat argumenttiryhmät havaintojeni valossa kertovat yt- ja irtisanomisuutisoinnista.

Kuten jo toin esiin, yrityksen ulkoisiin syihin vetoavia teemaryhmän 1 (Talous on päätökset saneleva ulkopuolinen voima) argumentteja on käytetty lähes jokaisessa analysoimassani uutisessa (25/27).

Tämän voi tulkita niin, että yrityksen esittäminen talouden voimille alisteiseksi, on aineistossani yleistä. Samalla ulkoisiin syihin vetoaminen siirtää vastuuta irtisanomisista ja yt-neuvottelujen aloittamisesta pois yrityksen harteilta. Kun uutinen esittää talouden voimana, joka vastaansanomattomasti ohjaa yrityksen toimintaa, se antaa ymmärtää, että yritys itse ei ole vastuussa tekemistään päätöksistä. Oikeastaan mitään päätöstä ei edes ole, sillä talous ohjaa yrityksen toimintaa vääjäämättömästi eteenpäin. Kun tällainen argumentointitapa toistuu, se saa tulkintani mukaan lähes uskonnollisia piirteitä. Taloudesta tulee niin sanotusti korkeampi voima, joka määrittelee kannattavan ja kannattamattoman – hyvän ja huonon. Aineistoni uutisissa puhutaan usein säästämisestä, mutta säästämisen vastaparia tuhlaailua ei mainita. Tuhlailu sisältyy kuitenkin implisiittisesti keskusteluun säästämisestä sen julkilausumattomana kääntöpuolena. Toisin sanoen ihmisten työllistäminen muuttuu tuhlailuksi, kun irtisanomiset ja yt-neuvottelut nimetään säästötoimiksi.

Teemaryhmässä 1 (Talous on päätökset saneleva ulkopuolinen voima) olivat mukana median murrokseen vetoavat argumentit – koko aineistossa median murrokseen ja toimintaympäristön muutokseen vedottiin 14 uutisessa eli yli puolessa analysoimistani uutisista. Kenties median murrokseen on helppo vedota, sillä se on käsitteenä yhdellä kertaa dramaattinen ja vaikeasti määriteltävä. Samaan aikaan median murros on kuitenkin laajalti tunnustettu ilmiö. Media painiskelee samanaikaisesti ihmisten mediakäytön muutoksen, digitalisoitumisen ja taloudellisen laman paineessa. Irtisanomiset ja yt-neuvottelut on yksinkertaista perustella tällaisella hieman hahmottomalla, mutta pelottavalla möröllä. Tämä tapa perustella asia on aineistossani todella hallitseva ja vaihtoehtoisten selitysmallien puuttuminen korostaa sen hallitsevuutta entisestään. Vain kahdessa uutisessa esitettiin laadukkaaseen tuotteeseen panostaminen vaihtoehtoisena tapana reagoida talouden taantumaan ja median murrokseen.

Teemaryhmän 2 (Yritys tekee päätökset taloudellisin perustein) argumentit lähestyvät taloutta hieman eri näkökulmasta. Talous nähdään kyllä voimana, joka ohjaa yritysten toimintaa, mutta toisin kuin ykkösryhmän argumenteissa, yrityksellä nähdään silti olevan mahdollisuudet itse määritellä, miten se talouden realiteettien ikeessä toimii. Tämän teemaryhmän argumenteissa yritys on enemmän esillä toimijana, ja lähtökohtana on ajatus, että yrityksen on kovina aikoina tehtäviä kovia ratkaisuja. Irtisanomisia perustellaan yrityksen strategisilla toimilla. Toki näiden toimien takana on taloudellinen kannattavuus, mutta tätä ei ole tuotu uutisissa selvästi esiin.

Teemaryhmän 2 (Yritys tekee päätökset taloudellisin perustein) argumentit perustuvat siihen, että yritys toimii markkinatalouden maailmassa ja tekee kannattavuuden näkökulmasta parhaat mahdolliset ratkaisut. Yritys ei kuitenkaan ole suoraan irtisanomisten syntipukkina. Sen sijaan että

kerrottaisiin, että yritys haluaa säästää ja siksi organisaatio uudistetaan ja ihmisiä irtisanotaan, kerrotaankin, että yritys on tehnyt päätöksen uudistaa organisaatiotaan. Organisaatiomuutos puolestaan esitetään syynä siihen, että työtehtäviä karsitaan. Organisaatiouudistuksen, uudelleenjärjestelyiden tai säästösyiden nimeäminen irtisanomisten syyksi siirtää ikävää tapahtumaa kauemmas irtisanovasta yrityksestä.

Teemaryhmien 1 (Talous on päätökset saneleva ulkopuolinen voima) ja 2 (Yritys tekee päätökset taloudellisin perustein) argumentit vetoavat pohjimmiltaan taloudelliseen järkevyyteen, ja niitä käytetään kirjoittelussa toisiaan tukevin. Sekä säästäminen että maalaisjärkisyys talousasioissa ovat argumentteja, jotka suomalaisen lukijan oletetaan hyväksyvän helposti. Kummankaan ryhmän argumenteissa ei ole merkitystä sillä, tapahtuvatko irtisanomiset talouden pakottamina vai yrityksen vastatoimina talouden taantumalle. Viesti on molemmissa viime kädessä sama: irtisanominen, karsiminen tai säästäminen on järkevää, kun talous on tiukilla. Vaihtoehtoja tällaiselle ajattelumallille ei juurikaan uutisissa esitetä. Viittasin aiemmin Karvosen (1999, 155) ajatuksiin siitä, että argumentointi toimii parhaiten, kun kertoja ja kuuliija kuuluvat samaan kulttuuripiiriin, jota vasten argumentteja voidaan tulkita. Talouden pakottavuuteen vetoaminen toimii mielestäni hyvin juuri suomalaisessa viitekehyksessä, sillä perinteinen luterilainen työmoraali sekä säästäväisyyden ja nuukuuden ihannoiti ovat yhä osa monien suomalaisten jakamaa arvopohjaa, jota vasten on helppoa argumentoida myös irtisanomisten järkevyyttä.

Lähes jokaisesta aineistoni uutisesta oli siis löydettävissä talouden logiikkaan nojaavia argumentteja. Joissakin tapauksissa niin kutsuttu taloudellinen maalaisjärki on otettu niin itsestään selväksi pohja-ajatuksiksi, että sitä ei tarvitse sen kummemmin perustella eikä sen puolesta esittää argumentteja. Talous on muuttunut vastaansanomattomaksi syyksi syiden takana. Tulkintani mukaan myös argumentittomat uutiset pohjaavat taloudelliseen maalaisjärkeen. Näissä tapauksissa kannattavuus on niin itsestään selvää, että siihen ei ole tarve tekstissä edes vedota (mm. Koistinen 2003, 53).

Kuvatuunlaisella argumentoinnilla pyritään siirtämään talouden logiikan premissin järkevyyttä koskemaan myös irtisanomisten järkevyyttä. Helsingin Sanomien lukijakunta on kuitenkin laaja, joten argumentoinnilla tulisi pystyä vetoamaan erilaisiin osayleisöihin. Kun kyseessä ovat ihmisten työpaikat ja toimeentulo, pelkkään talouteen vetoaminen voi tuntua monista lukijoista etäiseltä. Tässä auttavat argumentit, jotka kuuluvat teemaryhmä 3:een eli yrityksen kannalta myönteiset argumentit. Niiden avulla yrityksen toimiin voidaan tuoda inhimillisyyttä ja pehmeyttä.

Kolmas temaattinen ryhmä ”Yritysmyönteiset argumentit” esiintyi yli puolessa aineiston uutisista. Näitä argumentteja oli nostettu pääargumenteiksi kolmessa uutisessa, ja ne esiintyivät useimmin

pääargumenttien ohessa. Yritysmönteisten argumenttien määrä on mielestäni huomattava. Tästä aineistosta on vaikeaa päätellä, johtuuko yritysmönteisyys siitä, että kyseessä on oman sanomalehden emokonserni vai onko kyseessä yleinen taloussivuilla julkaistun irtisanomisuutisen puhetapa. Antinin, Pesosen ja Rajalan (2006) pienoistutkimus antaa kuitenkin viitteitä siitä, että heidän havaintoihinsa verrattuna työntekijäosapuoli tässä aineistossa hyvin marginaaliseen rooliin. Työntekijät ovat Antinin, Pesosen ja Rajalan havaintojen mukaan hyvin edustettuina irtisanomisista käsittelevissä uutisissa, vaikka he ovatkin mukana lähinnä tunteidensa tulkkeina. (Emt., 101–102.) Tässä aineistossa työntekijöiden tunteet ovat sivussa ja pääroolin saavat yrityksen kannalta mönteiset argumentit.

Analyysin perusteella voidaan sanoa, että Sanoman yt- ja irtisanomisuutisointia värittää vahva usko markkinatalouden voimaan. Kirjoitusten lopullisena argumenttina on yleensä vetoaminen talouden logiikkaan, erityisesti säästämisen eetokseen. Talouden voima näkyy teksteissä myös silloin, kun sitä ei erikseen sanota. Havaintojeni mukaan uutiset esittävät tapahtumat uskollisesti siinä valossa, että yritys tekee parhaansa taloudellisten realiteettien puristuksessa. Talouden kaikkivoipaisuudelle vaihtoehtoisia maailmankuvia tai selityksiä ei teksteissä esitetä.

Erityisen vahvaan asemaan nousee havaintojeni mukaan kannattavuus. Oman tulkintani mukaan taloudellinen kannattavuus on noussut Helsingin Sanomien uutisoinnissa eräänlaiseksi jumalargumentiksi. Ajatus jumalargumentista tai kaikkein perimmäisestä selityksestä on esillä myös Antinin, Pesosen ja Rajalan (2006) tuloksissa. Heidän tutkimuksessaan vihoviimeiseksi selittäjäksi nousi globalisaatio, jonka taakse ei ollut enää tarvetta kurkistaa (emt., 99).

Kielitoimiston sanakirja määrittelee sanan kannattava seuraavasti: ”[---] voittoa tuottava, edullinen, taloudellinen, hyvin menestyvä. Kannattava liikeyritys.” (Kielitoimisto, verkkolähde). Kannattavuuteen vetoaminen pitää siis sisällään positiivisia mielleyhtymiä, jotka heijastuvat väistämättä myös yt- tai irtisanomisuutisoinnin mielleyhtymiin. Havaintoni taloudellisen kannattavuuden tavoittelu (esimerkiksi irtisanomisten avulla) voidaan nähdä myös järkevänä ja säästeliäänä – jopa kannattavan toiminnan edellytyksenä. Esimerkiksi lehden laadun parantaminen palkkaamalla lisää toimittajia, ei tässä yhteydessä näyttäydä kilpailuvalttina, vaan tuhlailuna. Tai täsmällisemmin: tätä argumenttia ei kirjoittelussa edes esitetä.

7 YHTEENVETO JA PÄÄTELMÄT

Tutkimukseni lähtökohtana on ollut tilanne, jossa mediayrityksen viestintäosasto kirjoittaa tiedotteen, jonka pohjalta samassa yrityksessä työskentelevä toimittaja kirjoittaa uutisen yrityksen kriisistä. Erityisesti sanomalehtialalla irtisanomiset ovat potentiaalinen kriisi yrityskuvalle sillä myytävä tuote on käytännössä kokonaan sen sisällöntuottajien eli toimittajien varassa. Mediayrityksen kannalta onkin oleellista osoittaa, että väen irtisanominen ei tarkoita laadun heikentymistä. Samaan aikaan journalismin ihanteiden mukaista olisi raportoida omankin yrityksen kriisitilanteesta tasapuolisesti ja faktapohjaisesti. Tässä päätösluvussa nostan kyseistä jännitteistä taustaa vasten esiin keskeisiä huomioita, joita Helsingin Sanomien yt- ja irtisanomisuutisointiin kohdistuneesta argumentaatioanalyysistäni. Luvun päätteeksi arvioin tutkimukseni onnistumista ja tutkailen jatkotutkimuksen suuntaa.

7.1 Irtisanomiskirjoituksista ja journalismin etiikasta

Ensimmäinen huomioni koskee sitä, että yritysmaailman ääni kuuluu Helsingin Sanomien uutisissa kauttaaltaan vahvasti. Tämä johtuu todennäköisesti talousuutisille ominaisesta puhetavasta ja tähän liittyen siitä, että yritykset ovat niitä tahoja, jotka tarjoavat talouden tapahtumia medialle. Yrityksen näkökulman korostuminen ei rajoitu pelkästään tekstin tasolle, kuten sanavalintoihin, vaan se ulottuu syvemmälle. Uutissisältöjen tasolla tämän huomaa esimerkiksi siitä, että yritysmaailman edustajat pääsevät määrittelemään irtisanomistilanteiden argumentteja. Kuten olen edellä osoittanut, irtisanomisista hahmottuu Helsingin Sanomien kirjoittelussa vääjäämättömästi markkinoiden ehdoilla etenevä tapahtuma, johon mediayritys itse ei ole voinut vaikuttaa. Monissa uutisissa irtisanomiset on lisäksi käännetty yrityksen itsensä kannalta positiiviseen valoon käyttämällä Hyvä irtisanoja- sekä Laatu ei heikkene -argumentteja.

Tutkimusongelmani ohjaa tulkitsemaan yt- ja irtisanomisuutisoinnin argumentaatiota suhteessa siihen, miten journalismi toimii, kun kyseessä on media-alan oma kriisi ja siitä uutisoiminen. Uutiset puolestaan on totuttu mieltämään epäargumentatiivisiksi todellisuuden representaatioiksi. Tutkimukseni osoittaa, että tämä mielikuva kaipaa yhä päivittämistä. Uutiset ovat täynnä ilmeisiä ja piiloisia argumentteja. Silloinkin kun uutisissa esitetyt argumentit esitetään haastateltavan sitaateissa, on journalistin tehtävä valita tekstiin päätyvät näkökulmat. Vaikutelma todellisuudesta ja siitä, millä argumenteilla irtisanomisia perustellaan, syntyy journalistin tekemien valintojen ja yhdistelmien kautta.

Nieminen ja Pantti huomauttavatkin, että kriittinen suhtautuminen raportoitaviin asioihin on kuitenkin yksi toimittajan perustehtävistä. Heidän mukaansa median pitää toimia kriitikkona eli seurata ja arvioida valtaapitävien toimia. (Nieminen & Pantti 2004, 27.)

Irtisanomistilanteessa on polarisoituneesti läsnä kaksi osapuolta, joilla on tapahtuneeseen nähden jyrkästi erilaiset intressit. Tasapuolisuutta ammattikunnan ihanteiden mukaan tavoittelevan journalistin vaade ja haaste on pystyä ottamaan tekstissään huomioon kummankin osapuolen, työnantajien ja työntekijöiden, näkökannat ja arvioimaan niiden intressisidonnaisuutta. Uutisissa tällaista tasapuolisuutta voisi mielestäni toteuttaa niin, että mukaan otettaisiin samanvertaisina erilaisia argumentteja eri tahoilta.

Uutisoinnissa käytetyt argumentit paljastavat, millaisiin faktoihin tai oletettuihin faktoihin argumentoinnissa nojataan, kenen totuuteen argumenteissa vedotaan ja kuka pääsee esittämään omia argumenttejaan teksteissä. Analyysini pohjalta oman yrityksen irtisanomiskriisi heijastuu monella tapaa niihin argumentteihin, joilla irtisanomisia ja yt-neuvotteluja Helsingin Sanomien kirjoittelussa perustellaan. Tutkimukseni asetelma tekee toisin sanoen näkyväksi journalismin ihanteiden ja arvojen ongelmallistumisen kaupallisella mediakentällä. Journalistiprofession ihanteet ja itsesääteily ovat journalistisen ammattikunnan itsensä luomia. Ne on luotu, jotta oikeutettaisiin median rooli yhteiskunnassa ja taattaisiin median toiminnalle parhaat mahdolliset taloudelliset toimintaedellytykset. Talouden kriisi ja median murros ovat tehneet arvojen ja kaupallisuuden välisen ristiriidan ja samalla toimialan taloudellisen rakenteen uudella tavalla näkyväksi.

Päähavaintoni tässä tutkimuksessa on, että irtisanomisuutisissa kaiken takana on talous ja nimenomaisesti taloudellisen kannattavuuden tavoittelu. Sen itseisarvoisuus ajaa kaiken muun ohi niin, että kannattavuuden tai kannattamattomuuden syitä tai vaihtoehtoja ei ole tarpeen lukijalle avata tai selittää. Taloudellisesta kannattavuudesta tulee eräänlainen jumalargumentti, jonka valossa irtisanomiset esitetään pakollisiksi ja ainoiksi mahdollisiksi toimenpiteiksi. Havaintoni vastaa Koistisen yli vuosikymmenen takaisia havaintoja siitä, että talousuutisissa keskeisin arvo on tehokas talouselämä eli viime kädessä raha. Koistisen mukaan raha itsessään riittää sekä syyksi, että seuraukseksi. (Koistinen 2003, 55.)

Havaintoni taloudellisen kannattavuuden vaihtoehdottomuudesta Helsingin Sanomien yt- ja irtisanomisuutisoinnissa rinnastuu myös Antinin, Pesosen ja Rajalan (2006) tuloksiin kymmenen vuoden takaa. Heidän tutkimuksessaan globalisaatio nousi vihoviimeiseksi selittäjäksi, jonka taakse ei ollut enää tarvetta kurkistaa. (Emt., 99.) Omassa tutkimuksessani tämän absoluuttisen perustelun aseman on ottanut taloudellinen kannattavuus. Irtisanomisuutisissa tehtyjä irtisanomispäätöksiä ei

kyseenalaisteta ja uutisten perusolettamus on, että yritykset toimivat suuremman voiman pakottamina. Eroa Antinin ja kumppanien tuloksiin on siinä, millaisen roolin irtisanova yritys Helsingin Sanomien kirjoittelussa saa suhteessa talouden määräävyyteen. Yksissä uutisissa argumentoidaan, että talous ohjaa yritysten toimia vastaansanomattomasti, kun taas toisissa uutisissa yrityksellä nähtiin olevan jonkin verran toimivaltaa suhteessa taloudellisen tilanteen määräävyyteen.

Taloudellisen kannattavuuden nostaminen jumalargumentiksi näkyy paitsi tunnistettavissa argumenteissa myös niiden puuttumisessa. Kannattavuudella vedotaan lukijoiden maalaisjärkeen, eikä kannattavuutta parantaville toimille tarjota muuta vaihtoehtoa kuin parhaillaan meneillään olevat irtisanomiset tai yt-neuvottelut. Vaihtoehdot katoavat, kun asia esitetään ainoana järkevänä vaihtoehtona ja se perustellaan taloudellisella järkevyydellä – kaikki muut vaihtoehdot vaikuttavat tämän järkevyyden rinnalla järjettömiltä. Esimerkiksi lehden laadun parantaminen palkkaamalla lisää toimittajia, ei näyttäydy kilpailuvalttina, vaan tuhlailuna. Tai täsmällisemmin: tätä argumenttia ei kirjoittelussa lainkaan julkilausuta. Vaikka aineistossa esiintyy muutama pääargumentin haastava vasta-argumentti, niiden määrä jää koko aineiston mittapuussa marginaaliseksi.

Journalismin ihanteisiin kuuluvien tasapuolisuuden ja objektiivisuuden näkökulmasta ongelmallista Helsingin Sanomien yt- ja irtisanomiskirjoittelussa on yritysmönteisten argumenttien runsaus. Vaikka tutkimani aineisto ei ole valtava, sen pohjalta rohkenee väittää, että irtisanomisten esittäminen irtisanovan yrityksen kannalta myönteisessä valossa ei ole irtisanomisuutisissa yksittäinen tapaus. Yritysmönteisyys on huomionarvoista myös sen takia, että sille ei esitetä vastapainoksi juurikaan kritiikkiä. Yrityksen päätösten kritisointi tai vaihtoehtojen tulkintojen esittäminen yrityksen argumenttien rinnalla on tässä aineistossa marginaalista. Silloin kun yritysmönteinen argumentti on esitetty yrityksen edustajan sitaatissa, lukijan on helppoa pysyä kärryllä siitä, kuka puhuu ja millaisesta positiosta. Kun taas yritysmönteiset argumentit esiintyvät rivien välissä, sanavalintoina ja toimittajan kertovana tekstinä, tätä on huomattavasti hankalampaa päätellä.

Tutkimustulokseni ovat linjassa toisenkin Antinin, Pesosen ja Rajalan havainnon kanssa: myös Helsingin Sanomien yt- ja irtisanomisuutisoinnissa työnantajapuoli edustaa järkeä, logiikkaa ja perustelua, työntekijäpuoli tunnetta, kiukkua ja turhautumista. Työnantajapuoli selvittää tapahtunutta, työntekijät esitetään uhreina, joiden tehtävä on antaa tapahtumalle inhimilliset kasvot. (Antin, Pesonen & Rajala 2006, 101–102.) Omat havaintoni poikkeavat kuitenkin huomattavasti tutkijoiden havainnosta, jonka mukaan työntekijöiden tunteet korostuivat työnantajan perusteluja enemmän. Päinvastoin painopiste Helsingin Sanomien kirjoittelussa oli yrityksen argumenttien esittämisessä. Samalla uutisoinnissa sivuutettiin vaihtoehtoiset argumentit: toimittaja olisi voinut uutisessa korostaa

myös irtisanottuja työntekijöitään kohdannutta katastrofia sen sijaan, että keskiöön nousi yrityksen selviytyminen kriisiin pyörteistä.

Luvun kuusi kolmannessa alaluvussa kiinnitin huomiota siihen, miten oma aineistoni eroaa aikaisemmasta irtisanomisuutisoinnista (mm. Antin, Pesonen & Rajala 101–102). Työntekijöiden ajatuksia, näkökulmia ja tunteita esitetään tässä aineistossa hyvin vähän, kun taas yritykselle myönteiset argumentit korostuvat. Havainto saa pohdiskelemaan, olisiko työntekijöiden tunteiden puuttuminen ja yritysmuutteisyyden korostaminen yksi asia, joka erottaa omaa konsernia käsittelevät uutiset muiden yritysten yt- ja irtisanomisuutisista. Tällaisen pohdinnan loppuun saattaminen vaatisi kuitenkin jonkinlaista verrokkiaineiston tutkimusta.

7.2 Työn arviointia ja jatkotutkimuksen suuntia

Argumentaatioanalyysi toimi työni metodina hyvin, ja pystyin saamaan sen avulla vastauksia kysymyksiin, joita tutkimusta aloittaessani pohdin. Argumentoinnin tutkiminen paljasti niitä kipukohtia, joita tutkimusaiheeni käsittelee ja avasi tähän liittyen myös suuntia jatkotutkimukselle. Metodina argumentaatioanalyysi on kuitenkin samalla tapaa ambivalentti kuin muutkin vahvasti tutkijan tulkintaan perustuvat laadulliset menetelmät. Suurin osa tutkimistani uutisista sisältää useita mahdollisia argumentteja. Huomasin tutkimusta tehdessäni myös, että pääargumentin päättely ei ole aina yksiselitteistä, ja toinen tutkija olisi saattanut päätyä samaa metodia hyödyntämällä nostamaan jonkin toisen argumentin pääargumentiksi. Vaikka Chaïm Perelman (2007) tarjoaa teoriassaan konkreettisia kielellisiä keinoja argumenttien paikallistamiseen ja poimimiseen, ongelmaksi muodostuu kielellisten keinojen satapäinen määrä. Tässä tutkimuksessa tuloksiin on saattanut vaikuttaa jo se, millaisia kielen keinoja on käytetty argumenttien löytämiseen.

Argumentaation analysointi ei myöskään päästä tutkijaa kiinni tekstin takaa löytyviin syihin ja motiiveihin. Kuten Kalliokoskikin (1999, 91) jo viime vuosituhatvuotien puolella totesi: ”Kielelliset valinnat ovat useammin tiedostamattomia kuin tietoisia, samoin kielellisten ilmausten tulkinnat”. Sekä sanomalehtitekstejä tuottava toimittaja, niitä lukeva yleisö että niitä tulkitseva tutkija ovat osittain tunteidensa ja sosio-kulttuurisessa kontekstissa vallitsevien ajattelutapojen armoilla. Nähdäkseni hyödyntämäni tutkimusmetodi kuitenkin toi tätä vallitsevaa markkinatalouden ideologiaa paremmin esiin pureutumalla kielen käytön tapoihin havainnollisesti. Metodini merkittävä puute on se, että sillä ei oikein saa otetta uutisista, joissa ei ole esitetty lainkaan argumentteja.

Tulkintoihin ovat voineet vaikuttaa myös omat ennako-oletukseni. Tutkin irtisanomisuutisten totuudellistamisen keinoja eli faktualistamisstrategioita kandidaatin tutkielmassani (Soverila 2013,

11–16). Tutkielmaa tehdessäni huomasin, että Aamulehden uutisointi oli vahvasti työnantajan näkökulmaa korostavaa. Vaikka metodini oli toinen ja aineistokin peräisin Aamulehdestä, aineistosta nousseet havainnot saattoivat synnyttää oletuksia, jotka ovat vaikuttaneet tähän pro gradu - tutkielmaan.

Jatkotutkimuksen suuntana tutkielmani nostaa esiin esimerkiksi vertailun muissa medioissa julkaistujen ja Sanoman yt- ja irtisanomisuutisten välillä. Tällöin voisi eritellä, eroavatko käytetyt argumentit Sanoman omassa päälehdessä julkaistuista uutisista. Toinen mahdollisuus olisi verrata tämän tutkimuksen tuloksia aivan toisen alan irtisanomisia koskeviin uutisiin. Näin voitaisiin päästä jäljille siitä, miten sisäinen ristiriita työnantajan ja irtisanojan välillä vaikuttaa uutisten argumentointiin.

Koska käsittelen journalistisen alan sisäisiä yt-neuvotteluja ja irtisanomisia, aineiston ulkopuolelle jäävät kaikki sellaiset artikkelit, jotka käsittelevät irtisanomisia yleisellä tasolla, esimerkiksi kuluttajan näkökulmasta. Tämä tarjoaisi tulevalle tutkimukselle luontevan mahdollisuuden siirtää tarkastelu tekstistä sitä lukevaan yleisöön. Miten irtisanomisista puhutaan, kun puhutellaan kuluttajia esimerkiksi lehden kuluttajaosiossa ja onko tässä puhetavassa kenties eroja talousosastolla julkaistuihin uutisiin verrattuna. Tarkasteluajanjaksoltani olisi löytynyt useita työelämä- ja kuluttaja-sivuilla julkaistuja uutisia irtisanomisista, jotka rajautuivat pois, sillä ne käsittelevät irtisanomisia yleisellä tasolla. Tätä ajatusta voisi peilata laajempaan muutokseen kansalaisesta kuluttajaksi (Ks. esim. Nieminen & Pantti 2009, 164). Tätä ajatusta voisi tutkia myös ns. palvelujournalismin nousun kehityksessä.

Kuten toin jo työn alussa esiin, yhden mielenkiintoisen tutkimustapauksen tarjoaisivat Radio Helsingin puolesta julkaistut uutiset, jotka rajasin oman lähemmän tarkasteluni ulkopuolelle. Po. uutiset muodostavat kokonaisuuden, jota kutsuin mediakampanjaksi, ja se tarjoaisi omanlaisensa, neutraalina esittäytyvästä uutiskirjoittelusta poikkeavan kohteen journalistisen argumentaation erittelylle.

LÄHTEET

Kirjat ja artikkelit

- Altheide, David (2002) *Creating Fear: News and the Construction of Crisis*. New York: Aldinede Gruyter.
- Antin, Niko, Pesonen, Heidi & Rajala, Vilho (2006) Maakuntalehdet ja globalisaation tsunami. *Irtisanomisuutisoinnin ansiot ja ongelmat. Tiedotustutkimus* 29(1): 93–103.
- Cottle, Simon (2008). *Global Crisis Reporting*. London: Open University Press.
- Cottle, Simon (2011) Media Organization and Production: Mapping the Field. Teoksessa Cottle, Simon (toim.) *Media organization and production*. London: Sage, 3–24.
- Gustafsson, Karl Erik & Kemppainen, Pentti (2002) Pohjoismainen media. Teoksessa Ruusunen, Aimo (toim.) *Media muuttuu. Viestintä savitauluista kotisivuihin*. Helsinki: Gaudeamus, 119–133.
- Hakala, Salli (2011) Kriisien maailma – analyttinen katsaus kriisitutkimukseen. *Media & viestintä* 34/2011: 2, 68–81. Luettu osoitteesta:
www.mediaviestinta.fi/arkisto/index.php/mv/article/view/622/604 [Viitattu 15.3.2017]
- Hemánus, Pertti (1972) *Sanomalehden pääkirjoituksen päämääristä ja keinoista*. Tampere: Tampereen yliopiston tiedotustutkimuksen laitos, monistesarja 10.
- Herkman, Juha (2005) *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Hesmondhalg, David (2013) *The Cultural Industries* London: Sage Publications
- Hokkanen, Liisa (1993) Vaikeasti työllistyvien kuva työvoimaviranomaisen rekisterissä. Teoksessa Väärälä, Reijo (toim.) *Yhteiskuntapalvelusta kansalaistoimistoon*. Hyvinvointipalveluprojekti osaraportti 5. Rovaniemi: Lapin yliopisto, 121–145.
- Huhtala, Hannele & Hakala, Salli (2007) *Kriisi ja viestintä*. Helsinki: Gaudeamus.
- Hujanen, Taisto (1990) Avauksia talousjournalismin kritiikkiin. Teoksessa Hujanen, Taisto & Luostarinen, Heikki (toim.) *Avauksia journalismikritiikkiin*. Tampere: Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja C-sarja, 46–63.

- Hurmeranta, Markku & Pietilä, Antti-Pekka (2008) *Hallitse mediapeli [muuten media hallitsee sinua]* Helsinki: Infor Oy.
- Hurmeranta, Markku (2012) *Talousmedia murroksessa*. Väitöskirja, Acta Electronica Universitatis Tamperensis: 1212. Tampere: Tampere University Press. Luettu osoitteesta: <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66916/978-951-44-8833-7.pdf?sequence=1> [Viitattu 1.2.2017]
- Johnson, Risto (1990) Talousjournalismi ja talouden ympäristön muutos. Teoksessa Hujanen, Taisto & Luostarinen, Heikki (toim.) *Avauksia journalismikritiikkiin* Tampere: Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja C-sarja, 64–81.
- Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1999) *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Tampere: Vastapaino.
- Kajaste, Jussi (1996) Poliittisen ohjelman retoriikasta ja argumentaatiosta. Teoksessa Kalliokoski, Jyrki (toim) *Teksti ja ideologia. Kieli ja valta julkisessa keskustelussa*. Helsinki: Helsingin yliopiston suomenkielenlaitos.
- Kakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa (2013) *Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kalliokoski, Jyrki (1999) Kieli, tunteet ja ideologia uutistekstissä – Näkymiä tekstilajin historiaan ja nykyisyyteen. Teoksessa Kalliokoski, Jyrki (toim.) *Teksti ja ideologia. Kieli ja valta julkisessa kielenkäytössä*. Vantaa: Tummavuoren kirjapaino, 37–97.
- Karvonen, Pirjo (1999) Missä on taloustekstin ihminen? Teoksessa Kalliokoski, Jyrki (toim.) *Teksti ja ideologia. Kieli ja valta julkisessa kielenkäytössä*. Vantaa: Tummavuoren kirjapaino, 151–167.
- Kivistö, Kalevi (2002) Media, valta ja vastuu. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Heinonen, Ari (toim.) *Mediaetiikan kipupisteet*. Tampere: Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja C-sarja 35/2002.
- Kjær, Peter & Slaatta, Tore (2007) *Mediating Business, The expansion of business journalism*. Gylling: Narayana press.

- Koistinen, Mikko (2003) Pelkkää taloutta. Retoriikka journalismin tutkimuksessa. Teoksessa Kantola Anu, Moring Inka & Väliverronen Esa (toim.) *Media-analyysi - Tekstistä tulkintaan*. Tampere: Palmenia-kustannus, 40–63.
- Koistinen, Pertti, Salin, Ossi & Tikka, Timo (1987) *Puh pah pelistä pois: tutkimus tehtaasta irtisanottujen työnsaannista, ammatillisista mahdollisuuksista ja selviytymisestä*. Joensuu: Joensuun yliopiston Karjalan tutkimuslaitoksen julkaisuja 82.
- Koljonen, Kari (2013) *Kriisi journalismissa. Kansakunnan katastrofit ja muuttuva professio*. Väitöskirja, Acta Electronica Universitatis Tampereensis: 1324. Tampere: Tampere University Press. Luettu osoitteesta: <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/68196/978-951-44-9187-0.pdf?sequence=1> [Viitattu 12.4.2015]
- Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka & Rosenström, Anja (2002) *Yritysviestinnän ABC*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Kunelius, Risto (1996) *The news, textually speaking: writings on news journalism and journalism research*. Väitöskirja, Acta Universitatis Tampereensis: 520. Tampere: Tampere University Press.
- Kunelius, Risto (2003) *Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin*. Helsinki: WSOY.
- Kunelius, Risto, Noppari, Elina & Reunanen, Esa (2009) *Media vallan verkoissa*. Luettu osoitteesta: <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/65414/978-951-44-8070-6.pdf?sequence=1> [Viitattu 1.12.2016]
- Kurtén, Staffan & Waaralinna, Anu (2015) *Kun joudut irtisanomaan*. Helsinki: Talentum Pro.
- Kurvinen, Arja, Jolkkonen, Arja, Koistinen, Pertti, Lipiäinen, Liudmila, Nummi, Tapio & Virtanen, Pekka (2016) *Työpaikan menetys työuran loppuvaiheessa – yli 45-vuotiaiden irtisanottujen työllisyysurat ja eläkkeelle siirtyminen*. Eläketurvakeskuksen tutkimuksia 2/2016. Luettu osoitteesta: https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/130357/Tyopaikan_menetys_tyouran_loppuvaiheessa.pdf?sequence=5 [Viitattu 22.3.2017]
- Kuutti, Heikki & Puro, Jukka-Pekka (1998) *Mediasanasto*. Jyväskylä: Atena Kustannus.

- Laatikainen, Erkki (2002) Omistajan vai journalismin voitto? Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Heinonen, Ari (toim.) *Mediaetiikan kipupisteet*. Tampere: Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja C-sarja 35/2002.
- Lehtinen, Aki-Petteri (2016) *Journalismin objektiivisuus. Pragmaattinen tietokäsitys ja relativismin haaste moniarvoisessa maailmassa*. Väitöskirja, sosiaalitieteiden laitos. Helsinki: Helsingin yliopisto. Luettu osoitteesta:
<https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/161455/JOURNALI.pdf?sequence=1>
 [Viitattu 5.3.2017]
- Lehtonen, Jaakko (1999) *Kriisiviestintä*. Helsinki: Mainostajien liitto.
- Luostarinen, Heikki (1994) *Mielen kersantit: Julkisuuden hallinta ja journalistiset vastastrategiat sotilaallisissa konflikteissa*. Helsinki: Hanki ja jää.
- Majapuro, Marketta (2006) *Talousjournalismi: Historiaa, teoriaa, käytäntöä*. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja.
- Mäntylä, Jorma (2008) *Journalistin etiikka*. Yliopistopaino: Helsinki
- Mikkonen, Antti (1998): *Rahavallan rakkikoirat. Tositarinoita talousjournalismista*. Porvoo: Taloustoimittajat ry ja WSOY.
- Millar, Dan & Heath, Robert (2004), *Responding to Crisis: A Rethorical approach to crisis communication*. London: Routledge.
- Napoli, Philip M. (2009) Media Economics and the Study of Media Industries. Teoksessa Holt, Jennifer & Perren, Alisa (toim.) *Media Industries - History, theory, and method*. West-Sussex: Wiley-Balckwell, 161–170.
- Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi (2012) *Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. 3., uudistettu painos. [2004] Tampere: Vastapaino.
- Okkonen, Antero (1980) *Toimittajan työ* Helsinki: Karisto.
- Palonen, Kari & Summa, Hilikka (1996) *Pelkkää retoriikkaa*. Tampere: Vastapaino.
- Perelman, Chaïm (1977/2007) *Retoriikan valtakunta* (Suom. Leevi Lehto) Tampere: Vastapaino.
- Pietilä, Kauko (2012) *Journalismi ammattina*. Helsinki: Gaudeamus.

- Poijula, Soili & Ahonen, Riitta (2007) *Irtisanotut: Muutos, menetys ja selviytyminen*. Helsinki: Kirjapaja.
- Reunanen, Esa (1994) Poliitiikkaa uutisessa ja vähän ulkopuolellakin. Analyysiä tekstin agenttien suhteiden erittelmiseksi. *Tiedotustutkimus* 17(4): 121–124. Luettu osoitteesta: <http://people.uta.fi/~esa.reunanen/politik.htm> [Viitattu 29.3.2017]
- Ridell, Seija (1994) *Kaikki tiet vievät genreen. Tutkimusretkiä tiedotusopin ja kirjallisuustieteen rajamaastossa*. Tiedotusopin laitoksen julkaisuja, A-sarja 82. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Ridell, Seija (1998) *Tolkullistamisen politiikkaa. Televisiouutisten vastaanotto kriittisestä genrenäkökulmasta*. Acta Universitatis Tamperensis 617. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Rodriguez, Havidán, Quarantelli, Enrico L. & Dynes, Russell R. (2007) *Handbook of Disaster Research*. Springer: New York.
- Seppänen, Janne & Väliaverronen, Esa (2012) *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapano.
- Simola, Anna & Reunanen, Esa (2010) *Kaikki toistaiseksi hyvin. Kansainvälinen finanssikriisi talousjournalismissa*. Tampere: Juvenes print.
- Suomen tilastokeskus (2014) *Joukkoviestimet 2013* -tutkimus. Luettu osoitteesta: http://www.stat.fi/tup/julkaisut/tiedostot/julkaisuluettelo/yklt_jvie_201300_2013_10433_net.pdf [Viitattu 1.2.2017]
- Tiililä, Ulla (1999) Mitä viranomaisille kirjoitetaan? Korvaushakemusten argumentaation analyysiä. Teoksessa Kalliokoski, Jyrki (toim.) *Teksti ja ideologia. Kieli ja valta julkisessa kielenkäytössä*. Vantaa: Tummavuoren kirjapaino, 205–235.
- Tuchman, Gaye (1978) *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York: Macmillan Publishing Company.
- Vuori, Jaana (2004) *Sukupuolen ja seksuaalisuuden retorinen analyysi* Teoksessa Liljeström, Marianne (toim.) *Feministinen tietäminen. Keskustelua metodologiasta*. Tampere: Vastapaino 93–117.

Väliverronen, Esa (2003) Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa Kantola Anu, Moring Inka & Väliverronen Esa (toim.) *Media-analyysi - Tekstistä tulkintaan* (13–39). Tampere: Palmenia-kustannus.

Julkaisemattomat

Koliseva, Kiia (2013) *Kuka vastaa? Metonyminen tekijyys irtisanomisuutisoinnissa*. Pro gradu -tutkielma, talouselämän viestintä. Aalto-yliopisto: Kauppakorkeakoulu.

Koski, Veikko (2005) *Irtisanomisilmoituksen vaikutus yhtiön osakekurssiin. Event study -analyysi suomalaisten pörssiyhtiöiden irtisanomisista 2000–2004*. Pro gradu -tutkielma, kansantaloustiede. Jyväskylän yliopisto: Taloustieteiden tiedekunta.

Soverila, Minni (2013) *Toimintoja tehostetaan. Tutkimus journalistisen puheen totuudellistamisen tavoista irtisanomisuutisoinnissa*. Kandidaatin tutkielma, tiedotusoppi. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin laitos.

Uotila, Tiina (2010) *Irtisanomisuutisoinnin anatomia*. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin laitos.

Verkkolähteet

HS Verkkoliite (1998) *Toimittajat tekivät tiliä pörssiosakkeilla* -uutinen. Luettu osoitteesta: <http://www2.hs.fi/klik/arkisto/1998maaliskuu/980310klik62palkattoimosakkeet.html> [Viitattu: 22.3.2017]

Journalistiliitto , uutinen (2015) *Ainakin 179 journalistia irtisanottiin vuonna 2014*. Luettu osoitteesta: <http://www.journalistiliitto.fi/uutiset/ainakin-179-journalistia-irtisanottiin-vuonna-2014/> [Viitattu 6.2.2015]

Journalistiliitto, *Journalistin ohjeet* (2013) Luettu osoitteesta: <http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/journalistinohteet/> [Viitattu 1.2.2017]

Journalistiliitto, ohjeet kautta aikain (2011) Luettu osoitteesta: http://www.jsn.fi/ohjeet_kautta_aikain/ [Viitattu 10.3.2017]

- Journalistiliitto, uutinen (2013) *Sanomalehtibisnes on kultakaivos*. Luettu osoitteesta:
<http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2012/16/uutiset/sanomalehtibisnes-on-kultakaivos> [Viitattu 20.2.2013]
- Kielitoimisto, sanakirja (2017) Luettu osoitteesta:
www.kielitoimisto.fi/sanakirja/netmot.exe?motportl=80 [Viitattu 22.3.2017]
- Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna (2006) *KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto* [verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. Luettu osoitteesta: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/> ja http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_6_5.html [Viitattu 1.2.2017]
- SAK *Irtisanomistilastot vuosittain*, uutinen. Luettu osoitteesta:
<https://www.sak.fi/aineistot/tilastot/yt-ja-irtisanomistilastot> [Viitattu 1.2.2017]
- Sipola, Simo (2001) Luento Tampereen yliopisto: 19.10.2001, verkkolähde. Luettu osoitteesta:
<http://journalismi.uta.fi/idex.php?Page=artikkelit&type=artikkelit&ide=35> [Viitattu 1.4.2015]
- Taloustoimittajat ry, (2015) *Pörssieettinen suositus*. Luettu osoitteesta:
http://taloustoimittajat.fi/fi/porssieettinen_suositus2/ [Viitattu 17.3.2015]
- Taloustoimittajat ry (2015) *Historia*. verkkolähde. Luettu osoitteesta:
<http://taloustoimittajat.fi/fi/historia/> [Viitattu 4.5.2015]

LIITTEET

Liite 1: Lista aineistosta

Osasto, pvm, otsikko

1. Talous 17.8.2012 *Sanoma News aloittaa säästöohjelman - Yhtiö karsii väkeä muun muassa Kaakkois-Suomen lehdissä.*
2. Talous 5.9.2012 *Sanoma kertoi uusista irtisanomisista - Yhtiö neuvottelee 140 työntekijän vähentämisestä.*
3. Talous 19.9.2012 *Suurimpia irtisanomisia vuonna 2012*
4. Talous 9.10.2012 *Sanoma vähentää väkeä Digitalissa ja Lehtimediassa*
5. Talous 30.10.2012 *Sanoma lopettaa pääkaupunkiseudun Vartti-lehden*
6. Kaupunki 30.10.2012 *HS:n uusi kaupunkilehti saa kokeneen tekijätiimin - Helsingin, Espoon ja Vantaan Vartti loppuu. Metro siirtyy osaksi Helsingin Sanomien toimitusta.*
7. Talous 24.10.2012 *Sanoma Magazines irtisanoi 69 työntekijää*
8. Talous 1.11.2012 *Sanoma jatkaa säästöohjelmiaan - Säästöjä etsitään konsernin kaikissa yksiköissä.*
9. Talous 21.12.2012 *Kariston kirjapaino lopettaa*
10. Ihmiset 21.2.2013 *Sanomatalon syöksylaskija - Sanoma-pomo Anu Nissinen vaatii verkkolehtien arvonnäköveron laskemista 10 prosenttiin.*
11. Talous 28.2.2013 *Sanoma News keskittää myyntiään, voi vähentää 84*
12. Talous 7.5.2013 *Sanoman rakenne yksinkertaistuu*
13. Kulttuuri 12.7.2013 *Lopettamisuhka herätti surua - Radio Helsinkiä uhkaa lakkauttaminen. Tappiollisen kanavan kurssin kääntämiseen ei löytynyt ratkaisua.*
14. Kulttuuri 13.7.2013 *Radio Helsingin pelastamista ajaviin tukiryhmiin liittynyt tuhansia*
15. Kulttuuri 18.7.2013 *Viron presidentti ilmaisi tukensa Radio Helsingille*
16. Talous 4.9.2013 *Sanoma suunnittelee kolmen lehden lakkautusta*
17. Kulttuuri 13.9.2013 *Ystävät tarttuivat Radio Helsinkiin - Lakkautusuhka väistyi, kun kanavalle löytyi uusi omistaja. Jatkosta päättää nyt valtioneuvosto.*
18. Talous 25.9.2013 *STT-Lehtikuva aloittaa isot yt-neuvottelut*
19. Ihmiset 1.11.2013 *Maria palaa kotiin - Uusi päätoimittaja Maria Veitola tuo Radio Helsingin toimittajille "suosituslistat" musiikkivalintojen tueksi.*
20. Talous 1.11.2013 *Sanoma keskittyy Suomeen ja Hollantiin - Mediatyhtiön katse on digitaalisissa tuotteissa. Myös lehtiin uskotaan yhä.*

21. Talous 1.11.2013 *Toimittajat hämmentyivät*
22. Pääkirjoitus 1.11.2013 *Synkän päivän ajatuksia*
23. Talous 27.11.2013 *STT-Lehtikuva irtisanoo enintään 22 työntekijää*
24. Ihmiset 3.12.2013 *Hallituksen viimeinen päätoimittaja Seppo Kievarin ura alkoi HS:n ulkomaan uutisten vastaanottajana ja päättyi Sanoman hallitukseen.*
25. Talous 8.1.2014 *Helsingin Sanomat vähentää yli 50 työpaikkaa - Televisiouutiset lyhenevät, mutta yhtään HS:n tuotetta ei lopeteta.*
26. Talous 18.3.2014 *Sanoma vähentää sata työpaikkaa - Yt-neuvottelut alkavat yrityksen painotaloissa ja taloustoiminnoissa.*
27. Talous 11.4.2014 *Länsi-Savo-konserni ostaa Sanomalta lehtiä - Länsi-Savo-konserni osti Sanomalta maakuntalehtiä.*
28. Talous 24.4.2014 *Sanoma Lehtimedia aloittaa yt-neuvottelut*
29. Talous 10.6.2014 *Sanoma Lehtimedia irtisanoo 16*
30. Talous 27.8.2014 *Sanoma-konserni aloittaa yt-neuvottelut*
31. Talous 21.10.2014 *Sanoma irtisanoo 65 työntekijää*
32. Talous 30.10.2014 *Sanoman tulos palkittiin kurssinousulla*

Liite 2: Havaintomatriisi

Esimerkki havaintomatriisista, rivit 1 ja 2:

Jutun numero, päivämäärä, otsikko + alaotsikko, osasto, mitta merkkeinä, kirjoittaja,

| Jutun numero | Päivämäärä | Tyyppi (yt:tä ennakoiva, yt- vai irtisanomisuutinen tai yt-uutinen) | Otsikko + alaotsikko | Osasto | Mitta (Merkkeinä, | Kirjoittaja |
|--------------|------------|---|---|--------|-------------------|--------------------|
| 1 | 17.8.2012 | yt-uutinen | Sanoma News aloittaa säästöohjelman // Yhtiö karsii väkeä muun muassa Kaakkois-Suomen lehdissä. | Talous | 2107,00 | Heikki Arola, HS |
| 2 | 5.9.2012 | yt-uutinen | Sanoma kertoi uusista irtisanomisista // Yhtiö neuvottelee 140 työntekijän vähentämisestä | Talous | 2545,00 | Jarmo Aaltonen, HS |

maininta konsernikytköksestä, pääargumentti, toiston avulla tuettava argumentti,

| Maininta konsernikytköksestä (on, ei, epäselvä) | PÄÄARGUMENTTI | Toiston avulla tuettava argumentti |
|--|--|---|
| On, ensimmäisessä lauseessa. | Strateginen syy irtisanomisiin. Heti alussa... käynnistetään ohjelman, joka tähtää rakenteellisiin säästöihin. ... Ohjelman puitteissa arvioidaan. | yritys ei vastuussa leikkauksista vaan syy on toimintaympäristössä, joka pakottaa |
| On, jutun loppupuolella mainittu "muun muassa Helsingin Sanomia julkaiseva Sanoma News." Kytkös yrityksen eri osa- | irtisanomisten syynä yrityksen ulkoiset syyt, kuten mediamurros (toimintaympäristön murros + kuluttajat) ja lehtien alv- | |

otsikkotason argumentti, jutun kärjen argumentti, puolisuorat argumentit, toimittajan argumentointi,

| Otsikkotason argumentti | Jutun kärjen argumentti | Argumenttien järjestys | Puolisuorat argumentit | Toimittajan argumentointi |
|---|---|--|---|---------------------------|
| Säästöohjelman puitteissa yhtiön on pakko <i>karsia</i> epätoivotut ja tuottamattomat haarat toiminnastaan. | Yritys kertoo käynnistävänsä ohjelman, joka tähtää säästöihin. <- kyseessä on paljon käytetty rakenne. Paljon | Yhtiö aloittaa säästöohjelman ja karsii väkeä. // Yritys käynnistää ohjelman. Ohjelma ja neuvottelut ovat se joka | Sanoma New sin toimin Pekka Soinin mukaan syinä ovat epävarma markkinatilanne, tulevaisuuteen varautuminen ja | |
| Sanoma kertoi uusista irtisanomisista -rakenne (vrt. X irtisanoo). Sanavalinta uusista johdattaa ajattelemaan, että | Jutun kärjessä irtisanoja on etäännytetty otsikkoakin kauemmas. "X aloittaa yt-neuvottelut säästöistä, jotka | Otsikkotasolla yhtiö on vain viestintuojana (ei toimijana) yt-uutisessa. Alun teksti on hyvin kertovaa, luettelemaan | Magazinesin Berggårdh: Säästöohjelmaan ajavat mediatalon ulkopuoliset syyt, ei sen oma toiminta. | |

prosessin nimeäminen, irtisanomisten nimeäminen, vastakkainasettelut, erottelut, yhdisteleminen, numeraaliset perustelut, graafijargon ja talouden kieli,

| Prosessin nimeäminen | Irtisanomisten nimeäminen | Kiertolomaukset | Vastakkainasettelut, erottelut, yhdisteleminen | Numeraaliset perustelut | Graafijargon ja talouden kieli |
|---|--|---|---|--|--|
| Säästöohjelma x 2, Ohjelma x 2, Yhteistoimintaneuvottelut, neu- | Karsii väkeä, tähtää rakenteellisiin säästöihin, "vähennykset toteutetaan irtisanomisin, osakaistuksin ja | Karsii väkeä, tähtää rakenteellisiin säästöihin, "tähtää 20 henkilötövuoden vähentämiseen" | Yle vs. muut mediat (epäreilu yle- vero ja lehtien alv.) Tappiolliset vs. voitolliset julkaisut, nykytilaan jähmettyminen vs. | 20 henkilötövuodella, 15 tehtävän irtisanomiseen, 20 työntekijän | tappiollisetkin julkaisut, tappiollisten lehtien kannattavuuden parantamisella, sopeutuksen |
| Neuvottelu työntekijöiden vähentämisestä, yt-neuvottelut x 3, muutos, osana säästöjä. | Otsikossa: kertoi uusista irtisanomisista, 140 työntekijän vähentämisestä. Jutussa: voivat johtaa 140 ihmisen | irtisano-verbistä käytetään nominalisoituja kiertoilmauksia, kuten: 140 työntekijän vähentämisestä, | Työnantajaosapuoli vs. ammattiliiton edustaja (ei kovin painokkaasti | 95 työntekijää, 140 ihmisen irtisanomiseen, 140 työntekijän vähentämisestä, 811 työntekijää, 45 ihmistä, 20 henkilötövuotta, | säästöt, perinteiset tulovirrat, osana säästöjä, tappiollinen, vähennetään, (eivä) tee lainkan huonoa tulosta, tulotaso on |
| 6/10 Yritys X irtisanoo , 2/10 | 6x irtisanoo, 2x jää työttömäksi | Sanoma: "...vähentää | | kaikissa muissa kohdissa tarkka | - |

sanavalinnat, metaforat, painotukset/toisto, liioittelu/kärjistäminen, abstraktit substantiivit toimijoina, nominalisaatio,

| Sanavalinnat | Metaforat | Painotukset, toisto (määrittelevät adjektiivit | Liioittelu/kärjistäminen | Abstraktit substantiivit toimijoina | Nominalisaatio |
|---|--|---|--|--|---|
| tuotevalikoima, prosesseja, henkilömääriä, rakenteelliset säästöt, kannattavuus, säästöohjelma, toiminnot | Sotaisa taistelumieliala näkyy sanavalinnoissa: tappiollisten lehtien, tappiollisetkin julkaisut, neuvottelut tähtäävät, toiminnot | leikkaukset ovat säästämistä, tappiolliset julkaisut saatava kannattaviksi, jutun lopussa toiseksi viimeinen saatiitti ja | "Varti on ollut koko ilmestymisensä ajan tappiollinen." Lehtitalot lakaisevat nurkkiaan turhista | Ohjelma, Säästöohjelma, vähennykset, kannattavuus, kilpailutilanne, neuvottelut... | irtisanomis x 2, osa- aikaistuksen x 2, lakkauttamisella, kannattavuus, vähennykset, tehostamisella, |
| | toimintaympäristön muutos haastaa perinteiset tulovirrat, keskitymme netistä vahvemmin panostamaan, lehtitalot | | | | irtisanomisista, vähentämisestä, säästöistä, irtisanomiseen, mediakäyttäytyminen, myymistä, lakkauttamiseen, osa- |
| - | - | - | - | - | - |

ehdollistukset/ehdottomuudet, tekstissä esiintyvät toimijat, toteutuuko moniäänisyys.

| ehdollistukset/ehdottomuudet | Tekstissä esiintyvät toimijat | Autoriteetti | Toteutuuko moniäänisyys |
|------------------------------|---|--------------|---|
| - | Työnantajapuolta edustavat Sanoma News, (viitataan muun muassa yhtiö-sanalla) joka otsikossa kertoo | - | Moniäänisesti yrityksen edustajia edustettuina. |
| - | Sanoma, Sanoma Magazines Finland, Kaupunkilehdet-yksikkö, Sanoma Magazinesin toimitusjohtaja Clarisse | - | Toimijoina monia yrityksiä/lehtitaloja. Ääneen pääsevät lakkauttavan ja irtisanovan osapuolen |

Liite 3: Aineiston uutisissa esiintyvät argumentit

| Tunniste Argumenttikategoria | | Uutiset, joissa argumentti esiintyy (lkm) | | |
|------------------------------|---|---|---------------------|------|
| | | Pääargu- menttina | Oheis- argumenttina | Yht. |
| A | Irtisanomisten syynä talouden logiikka | 5 | 4 | 9 |
| B | Irtisanomisten syynä toimintaympäristön muutos ja/tai median murros | 4 | 10 | 14 |
| C | Irtisanomisten syynä muut yrityksen ulkoiset syyt | 1 | 1 | 2 |
| D | Organisaatiouudistus | 10 | 0 | 10 |

| | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|
| | Mediatalon strategia | Yhdistetty: Irtisanomisten syynä yrityksen strateginen uudelleenjärjestely | | | |
| E | Sanoma on hyvä irtisanoja | | 1 | 6 | 7 |
| F | Irtisanomiset eivät heikennä tuotteen laatua | | 2 | 6 | 8 |
| G | Irtisanomisten syynä säästöohjelma Irtisanomisten syynä säästötarve | Yhdistetty: Irtisanomisten syynä yrityksen säästösyyt | 2 | 2 | 4 |
| H | Irtisanomisille esitetty vasta-argumentti | | 0 | 4 | 4 |
| I | Ei argumenttia | | 3 | 0 | 3 |

Liite 4: Aineiston uutiset ja niistä löytyneet argumenttikategoriat

| | Uutisen otsikko | Pääargu- mentti | Oheisargumentit | | |
|----|---|--------------------|-----------------|---|---|
| 1 | Sanoma News aloittaa säästöohjelman | A | B | G | |
| 2 | Sanoma kertoi uusista irtisanomisista | B | H | C | |
| 3 | Suurimpia irtisanomisia vuonna 2012 | I | E | | |
| 4 | Sanoma vähentää väkeä Digitalissa ja Lehtimediassa | I | I | | |
| 5 | Sanoma lopettaa pääkaupunkiseudun Vartti-lehden | D | I | | |
| 6 | HS:n uusi kaupunkilehti saa kokeneen tekijätiimin | F | I | | |
| 7 | Sanoma Magazines irtisanoo 69 työntekijää | B | E | | |
| 8 | Sanoma jatkaa säästöohjelmiaan | G | E | | |
| 9 | Kariston kirjapaino lopettaa | A | B | | |
| 10 | Sanomatalon syöksylaskija verkkolehden arvonlisäveron laskemista 10 prosenttiin | D | A | B | |
| 11 | Sanoma News keskittää myyntiään, voi vähentää 84 | F | A | | |
| 12 | Sanoman rakenne yksinkertaistuu | D | A | F | |
| 13 | Lopettamisuhka herätti surua | Radio Hki | | | |
| 14 | Radio Helsingin pelastamista ajaviin ryhmiin liittynyt tuhansia | Radio Hki | | | |
| 15 | Viron presidentti ilmaisi tukensa Radio Helsingille | Radio Hki | | | |
| 16 | Sanoma suunnittelee kolmen lehden lakkauttamista | A | B | | |
| 17 | Ystävät tarttuivat Radio Helsinkiin | Radio Hki | | | |
| 18 | STT-Lehtikuva aloittaa isot yt-neuvottelut | C | H | F | G |

| | | | | | |
|----|---|-----------|---|---|---|
| 19 | Maria palaa kotiin | Radio Hki | | | |
| 20 | Sanoma keskittyy Suomeen ja Hollantiin | D | B | | |
| 21 | Toimittajat hämmentyivät | D | A | I | |
| 22 | Synkän päivän ajatuksia | B | F | | |
| 23 | STT-Lehtikuva irtisanoo enintään 22 työntekijää | E | I | | |
| 24 | Hallituksen viimeinen päätoimittaja | A, B | F | | |
| 25 | Helsingin Sanomat vähentää yli 50 työpaikkaa | D | B | F | E |
| 26 | Sanoma vähentää sata työpaikkaa | D | B | | |
| 27 | Länsi-Savo-konserni ostaa Sanomalta lehtiä | D | H | F | |
| 28 | Sanoma Lehtimedia aloittaa yt-neuvottelut | I | I | | |
| 29 | Sanoma Lehtimedia irtisanoo 16 | G | E | | |
| 30 | Sanoma-konserni aloittaa yt-neuvottelut | D | I | | |
| 31 | Sanoma irtisanoo 65 työntekijää | D | B | E | |
| 32 | Sanoman tulos palkittiin kurssinousulla | A | B | | |

Taulukon kuvaamasta aineistosta on rajattu ulos Radio Helsinkiä koskeva uutisointi. Jäljelle jääneistä 27 uutisesta 24:stä löytyi argumentointia. Kolmesta uutisesta ei ollut löydettävissä yhtään pääargumenttia. Neljässä uutisessa oli esitetty vain yksi argumentti. 12 uutisessa oli käytetty pääargumentin lisäksi yhtä oheisargumenttia. Seitsemässä uutisessa oli käytetty pääargumentin lisäksi kahta oheisargumenttia, ja lisäksi kahdessa uutisessa pääargumenttia oli tuettu kolmella argumentilla.

Liite 5: Esimerkkianalyysin uutinen kokonaisuudessaan

Helsingin Sanomien uutinen talous-osastolla, keskiviikkona 8.1.2014

Helsingin Sanomat vähentää yli 50 työpaikkaa

Televisiouutiset lyhenevät, mutta yhtään HS:n tuotetta ei lopeteta

Teemu Luukka HS

Helsingin Sanomien toimituksen työntekijöiden määrä vähenee 54:lla eli noin 16 prosenttia yhteistoimintaneuvottelujen seurauksena. Työntekijöistä 37 irtisanotaan.

Helsingin Sanomat on ollut Ilta-Sanomien ohella ainoa keskeinen suomalainen kaupallinen media, jonka toimituksessa ei ennen ole ollut laajamittaisia irtisanomisia.

Helsingin Sanomat perustelee vähennyksiä muun muassa lähiviikkoina toteutuvilla organisaation muutoksilla. Lehti uudistaa juttujen käsittely- ja laadunvarmistusorganisaationsa.

"Uusi malli on suunniteltu niin, että pienemmällä väellä voimme taata meidän korkean journalistisen tasomme. Muuttamalla toimintamalleja voimme varmistaa, että toimittajat voivat keskittyä niihin sisältöihin ja tehtäviin, joissa heidän erikoisosaamisensa on parasta", vastaava päätoimittaja **Kaius Niemi** sanoo.

Muutos ei vaikuta lehden rakenteeseen, eikä yhtään tuotetta lopeteta. Ulkomaiden kirjeenvaihtajat ja kotimaan aluetoimitukset säilyvät ennallaan.

Yhä suurempi osa väestöstä hakee haluamansa uutiset ilmaiseksi verkosta. Lehtien levikit ja tulot supistuvat, joten ne eivät voi enää pitää palkkalistoillaan yhtä suurta määrää toimittajia kuin ennen.

Helsingin Sanomien toimituksessa työskentelee vähennysten jälkeen noin 280 henkeä. Toimitus tekee myös Metro-lehteä ja tv-uutisia.

Helsingin Sanomien pääluottamus **Jussi Ahlroth** kuvailee tunnelmiaan ristiriitaisiksi.

"Iso joukko Hesarin toimituksen työntekijöitä irtisanotaan. Samaan aikaan täytyy sanoa, että neuvotteluissa saavutettiin todellisia tuloksia ja monta työpaikkaa pelastettiin", Ahlroth sanoo.

Alun perin Helsingin Sanomat omistava mediayhtiö Sanoma kertoi neuvottelujen saattavan johtaa enimmillään 70 työtehtävän päättymiseen. Neuvotteluissa osapuolet löysivät useita ratkaisuja, joiden takia irtisanomiset jäivät pelättyä vähäisemmiksi.

Kahdeksalle työntekijälle tarjotaan eläkettä ja seitsemälle töitä muualta Sanoma Media Finlandissa. Kahdeksan työntekijän työsuhte muuttuu osa-aikaiseksi.

Pitkään lehdessä työskennelleet työntekijät pidensivät työaikaansa 36 viikkotyötunnista 37,5 viikkotuntiin, minkä takia säilyi neljä työpaikkaa.

Nelonen media on päättänyt muuttaa ja lyhentää HS:n tuottaman Nelosen tv-uutislähetystä, koska pitkä lähetys ei tuonut toivottua katsojamäärää.

Nelosen uutiset muuttuvat HS-uutisiksi huomenna torstaina. Uutiset lähetetään kello 18.55.

Uutis- ja sääosuus kestävät molemmat kaksi minuuttia. Liikkuvan kuvan määrä on tarkoitus lisätä, mutta sitä ei enää lähetetä niinkään uutislähetyksessä, vaan HS:n verkkosivuilla.

Korjaus 8.12. kello 10.50: Helsingin Sanomien lisäksi myöskään Ilta-Sanomissa ei ole aiemmin käyty laajamittaisia yt-neuvotteluja.

Sanoma Oyj